

**ANALISIS DAYA SAING DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI EKSPOR PRODUK ALAS KAKI
INDONESIA KE AMERIKA SERIKAT
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi dan
Bisnis Islam**

Oleh:

Anggita Listianti

NPM: 1651010387

Program Studi: Ekonomi Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1441 H/2020 M**

**ANALISIS DAYA SAING DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI EKSPOR PRODUK ALAS KAKI
INDONESIA KE AMERIKA SERIKAT
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi dan
Bisnis Islam**



Pembimbing I : Dr. Evi Ekawati, M.Si

Pembimbing II : Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG**

1441 H/2020 M

ABSTRAK

Indonesia merupakan suatu negara yang menganut sistem perekonomian terbuka, artinya bahwa Indonesia melakukan transaksi ekonomi dengan pihak luar negeri atau yang sering disebut dengan perdagangan internasional. Pada awalnya pembangunan Indonesia dipicu oleh ekspor minyak dan gas bumi (migas) yang menyebabkan peningkatan kemampuan produksi. Namun, sejak jatuhnya harga migas pemerintah membuat deregulasi yang merestrukturisasi ekonomi yang tergantung pada minyak dan gas bumi menuju ekspor komoditi non migas. Ekspor 10 komoditi unggulan Indonesia di pasar internasional dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Alas kaki merupakan salah satu komoditas unggulan ekspor Indonesia setelah tekstil, elektronik, karet, kelapa sawit, dan produk hasil hutan yang setiap tahunnya selalu meningkat. Namun, capaian ini masih jauh dengan target yang dituju oleh kementerian perindustrian Indonesia yaitu pertumbuhan sebesar 10% setiap tahunnya. Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana analisis daya saing Indonesia terhadap produk alas kaki yang diekspor ke Amerika Serikat? (2) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat? (3) Bagaimana ekonomi Islam memandang daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor?. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Menggunakan analisis RCA untuk mengetahui daya saing ekspor alas kaki Indonesia terhadap dunia dan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor produk alas kaki Indonesia ke AS. Data yang diambil dari penelitian ini merupakan data sekunder. Data-data tersebut bersumber dari *Un Comtrade* untuk data nilai ekspor alas kaki Indonesia ke negara tujuan, nilai total ekspor Indonesia ke negara tujuan, nilai ekspor dunia ke negara tujuan, dan nilai total ekspor dunia ke negara tujuan. Badan Pusat Statistik untuk data ekspor alas kaki dan produksi, *World Bank* untuk data GDP AS, Bank Indonesia untuk data kurs/nilai tukar rupiah terhadap dollar, dan *World Footwear Yearbook* untuk data harga alas kaki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indeks RCA > 1 , maka ekspor produk alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat berdaya saing di dunia. Secara parsial, GDP AS dan nilai tukar berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke AS, harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke AS, dan produksi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke AS. Secara simultan, GDP AS, nilai tukar, harga dan produksi secara bersama-sama berpengaruh terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat. Persaingan dalam perspektif ekonomi Islam sangat dianjurkan, namun harus secara sehat sebagaimana dijelaskan di Q.S Al-Baqarah ayat 148 di mana setiap negara dilarang untuk berbuat kecurangan salah satunya adalah teknik *dumping*.

Kata kunci: RCA, GDP AS, Nilai Tukar, Harga, Produksi, Ekspor Alas Kaki, Perspektif Ekonomi Islam.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Anggita Listianti
NPM : 1651010387
Prodi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor produk alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat perspektif ekonomi Islam” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 16 Juli 2020

Penyusun

Anggita Listianti
NPM. 1651010387



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : “Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang
Mempengaruhi Ekspor Produk Alas Kaki Indonesia ke
Amerika Serikat Perspektif Ekonomi Islam”**

Nama : Anggita Listianti

NPM : 1651010387

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

**Untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung**

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Evi Ekawati, M.Si.

Muhammad Kurniawan, M.E.Sy.

NIP. 197602022009122001

NIP. 1986051720151005

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah**

Madnasir, M.S.I.

NIP. 19750424002121001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarampe, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Produk Alas Kaki Indonesia ke Amerika Serikat Persepektif Ekonomi Islam”** disusun oleh **Anggita Listianti, NPM. 1651010387** Program Studi **Ekonomi Syariah** telah diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Selasa/28 Juli 2020.

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Madnasir, M.S.I.

Sekretaris Sidang : Dania Hellin Amrina, M.Sc.

Penguji I : Deki Fermansyah, M.Si.

Penguji II : Muhammad Kurniawan, M.E.Sy.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I.
NIP. 198008012003121001

MOTTO

وَلِكُلٍّ وَّجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّئُهَا فَاسْتََبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ
جَمِيعًا. إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ.

“Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”.¹ (Q.S Al-Baqarah: 148)



¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2010), h. 23.

PERSEMBAHAN

Bismillaahirohmaanirrokhiiim...

Segala puji hanya milik Allah Rabb semesta alam. Aku persembahkan sebuah karya tulis ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta: Evi Sulistiowati dan Edi Susanto orang tua yang sangat luar biasa, yang dengan Do'a dan kasih sayangnya selalu memberi dukungan moril maupun materil sehingga dapat menyelesaikan perkuliahanku, yang tak pernah henti memotivasi diriku sejak awal kuliah sampai aku bisa di titik ini, tak lelah mereka memberiku semangat dan selalu sabar mendengarkan keluhanku sambil memberikan arahan. *Jazakumullah khoiron katsir.*
2. Adikku Gilang Apriliano dan Dzaky Algis Aditya.
3. Seluruh sanak keluarga yang senantiasa mendo'akanku dan menantikan kesuksesanku.
4. Ucapan terimakasih untuk kedua pembimbing skripsi Ibu Dr. Evi Ekawati, M.Si. dan Bapak Muhammad Kurniyawan, M.E.Sy. yang telah dengan sabar dan banyak memberi kemudahan dari awal pengerjaan pengajuan judul, pengajuan proposal, pengajuan seminar hingga sidang munaqasah.
5. Dosen-dosen dan guru-guru atas semua tetesan ilmu, pesan dan nasehat yang kini kujadikan prinsip hidupku.
6. Rekan-rekan satu angkatan tahun 2016, khususnya Ekonomi Syariah kelas internasional angkatan pertama kali yang tak dapat saya sebutkan satu persatu,

yang memberikan motivasi guna menyelesaikan skripsi ini, terimakasih atas kebersamaannya.

7. Almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tempatku menimba Ilmu pengetahuan yang selalu kubanggakan.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Anggita Listianti dilahirkan di Lampung Tengah pada 18 Desember 1998. Penulis anak pertama dari pasangan Bapak Edi Susanto dan Ibu Evi Sulistiowati yang memiliki adik kandung bernama Gilang Apriliano dan Dzaky Algis Aditya. Adapun riwayat pendidikan Anggita Listianti dimulai dari SDN Rawamangun 13 Pagi Jakarta Timur keluar pada tahun 2007, melanjutkan sekolah dasar di SDN 01 Tridarma Wirajaya lulus pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan ke jenjang SLTP yaitu di SMPN 01 Banjar Agung Tulang Bawang lulus pada tahun 2013. Kemudian penulis melanjutkan sekolah ke jenjang SLTA yaitu di SMK Al Iman 1 Banjar Agung Tulang Bawang lulus pada tahun 2016. Pada tahun 2016, penulis diterima sebagai mahasiswi UIN Raden Intan Lampung pada program studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Waramatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan dan kesabaran, serta tak lupa dihaturkan sholawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Produk Alas Kaki Indonesia ke Amerika Serikat”.

Adapun maksud dari skripsi ini adalah untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi di jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Skripsi ini tidak dapat selesai tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu melalui kesempatan ini saya menyampaikan perasaan terdalam kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyusun skripsi ini. Kepada mereka, dengan segenap kerendahan hati ingin menghaturkan rasa bangga dan terima kasih tak terhingga:

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (UIN) Raden Intan Lampung yang telah memberikan izin kepada peneliti pada proses penelitian skripsi.
2. Bapak Madnasir, S.E., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

3. Ibu Dr. Evi Ekawati, M.Si, selaku pembimbing I dan Bapak Muhammad Kurniawan, M.E.Sy, selaku pembimbing II yang dengan tulus telah meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan dan memotivasi, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama menjadi mahasiswa.
5. Kepada rekan-rekan satu angkatan tahun 2016 Program Studi Ekonomi Syariah, yang tak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan motivasi guna untuk menyelesaikan karya tulis ini.

Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi perbaikan dimasa mendatang. Semoga Allah SWT menjadikannya sebagai amal ibadah yang akan mendapat ganjaran disisi-Nya, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua Aamiin.

Bandar Lampung, 16 Juli 2020

Penulis

Anggita Listianti
NPM: 1651010387

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
PERSETUJUAN.....	iv
PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	3
C. Latar Belakang.....	4
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian.....	14
F. Manfaat Penelitian.....	14
G. Batasan Penelitian.....	15

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	
1. Perdagangan Internasional	
a. Pengertian Perdagangan Internasional	17
b. Teori Perdagangan Internasional	18
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perdagangan	

Internasional	21
d. Dampak Perdagangan Internasional	22
e. Perdagangan Internasional Perspektif Ekonomi Islam	25
2. Daya Saing	
a. Pengertian Daya Saing	28
b. Teori Daya Saing	31
c. Konsep Daya Saing	34
B. <i>Gross Domestic Product</i> (GDP)	
1. Pengertian GDP	36
2. Teori GDP	40
3. Konsep GDP	41
4. Hubungan GDP Terhadap Ekspor	41
C. Nilai Tukar	
1. Pengertian Nilai Tukar	42
2. Teori Nilai Tukar	43
3. Macam-macam Nilai Tukar (Kurs)	44
4. Jenis Transaksi Nilai Tukar	48
5. Sistem Nilai Tukar	51
6. Hubungan Nilai Tukar Terhadap Ekspor	54
D. Harga Komoditas Ekspor	
1. Pengertian Harga	55
2. Teori Harga	55
3. Tujuan Penetapan Harga	56
4. Peran Harga Bagi Perekonomian	57
5. Penetapan Harga	60
6. Hubungan Harga Terhadap Ekspor	66
E. Produksi	
1. Pengertian Produksi	67
2. Teori Produksi	68
3. Faktor Produksi	69
4. Hubungan Produksi terhadap Ekspor	70

F. Ekspor	
1. Pengertian Ekspor.....	70
2. Teori Permintaan Ekspor	72
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Ekspor.....	73
4. Produk Ekspor Indonesia	74
5. Hubungan Perdagangan Internasional dengan Ekspor	74
G. Daya Saing dan Faktor-faktor yang mempengaruhi Ekspor	
Perspektif Ekonomi Islam	
1. Daya Saing Perspektif Ekonomi Islam	75
2. GDP Perspektif Ekonomi Islam	79
3. Nilai Tukar Perspektif Ekonomi Islam	81
4. Harga Perspektif Ekonomi Islam	83
5. Produksi Perspektif Ekonomi Islam	87
H. Penelitian Terdahulu	
1. Penelitian Mengenai Daya Saing	89
2. Penelitian Mengenai Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Komoditi Indonesia	92
I. Kerangka Berfikir	95
J. Hipotesis Penelitian	
1. Indeks RCA	96
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Ekspor Produk Alas Kaki	97

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	
1. Jenis Penelitian	101
2. Sifat Penelitian.....	102
B. Sumber Data	102
C. Populasi dan Sampel	
1. Populasi	103
2. Sampel	103

D. Teknik Pengumpulan Data	
1. Metode Dokumentasi.....	105
2. Studi Pustaka	105
E. Definisi Operasional variabel	105
F. Metode Analisis Data	
1. Analisis RCA.....	107
2. Uji Asumsi Klasik	109
3. Model Regresi Linear Berganda.....	111
4. Uji Hipotesis	112

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Ekspor Alas Kaki Indonesia	114
B. Profil Singkat Negara Amerika Serikat	121
C. Analisis Data	
1. Analisis Daya Saing (<i>Revealed Comparative Advantage</i>)	123
2. Uji Asumsi Klasik	124
3. Analisis Regresi Linear Berganda	128
4. Uji Hipotesis	130
D. Pembahasan	
1. Analisis <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA).....	134
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Amerika Serikat	137
3. Daya Saing dan Faktor-Faktor yang mempengaruhi Ekspor Perspektif Ekonomi Islam	147

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	157
B. Rekomendasi	159

DAFTAR PUSTAKA	161
-----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	167
----------------------	------------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Neraca Perdagangan Ekspor Indonesia tahun 2007-2018.....	8
Tabel 2. Penelitian daya saing.....	89
Tabel 3. Penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor komoditas Indonesia	92
Tabel 4. Industri Alas Kaki Indonesia.....	117
Tabel 5. Ukuran Sepatu.....	119
Tabel 6. Deskripsi Kode Ekspor dan Impor Untuk Alas Kaki.....	120
Tabel 7. Nilai RCA	123
Tabel 8. Indeks RCA.....	123
Tabel 9. Uji Normalitas.....	125
Tabel 10. Uji Multikolinearitas I.....	126
Tabel 11. Uji Multikolinearitas II	126
Tabel 12. Uji Heterokedastisitas	127
Tabel 13. Uji Autokorelasi I.....	128
Tabel 14. Uji Autokorelasi II	128
Tabel 15. Analisis Regresi Linear Berganda.....	129

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Nilai Ekspor Alas Kaki (US\$).....	10
Gambar 2. Ekspor Alas Kaki Menurut Negara Tujuan Utama (ton)	11
Gambar 3. Pilar-pilar utama penentu pondasi dasar daya saing negara/ekonomi	34
Gambar 4. Kerangka pemikiran analisis daya saing dan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat Perspektif Ekonomi Islam.....	95
Gambar 5. Peta Amerika Serikat.....	121
Gambar 6. Diagram Impor Alas Kaki AS dari Indonesia	122
Gambar 7. Grafik Persaingan 4 Negara <i>Top Exporters</i> Alas Kaki.....	136

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal sebelum penulis menguraikan pembahasan lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam skripsi ini untuk menghindari kekeliruan bagi pembaca yang tertuang dalam penegasan judul. Oleh karena itu diperlukan adanya pembatasan arti kalimat dalam skripsi ini, dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud. Penelitian yang akan dilakukan ini berjudul:

**ANALISIS DAYA SAING DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI EKSPOR PRODUK ALAS KAKI INDONESIA KE
AMERIKA SERIKAT PERSEKTIF EKONOMI ISLAM.**

Beberapa istilah yang harus penulis uraikan yaitu sebagai berikut:

1. Analisis

Uraian atau penyelidikan suatu peristiwa (perbuatan, karangan dan lain-lain) untuk mendapatkan fakta yang tepat, asal, usul, sebab musabab yang sebenarnya.¹

2. Daya Saing

Daya saing merupakan kemampuan suatu komoditi untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk dapat bertahan di

¹ Peter Salim dan Yenny Salim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modern English Press, 1991), h.34.

dalam pasar tersebut. Jika suatu produk mempunyai daya saing maka produk tersebut akan diminati oleh konsumen.²

3. Faktor

Faktor adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.³

4. Ekspor

Ekspor adalah aktivitas perdagangan luar negeri yang melakukan pengiriman dan penjualan barang ke luar negeri, sementara imbalannya adalah berupa aliran pendapatan berupa devisa yang masuk ke dalam negeri.⁴

5. Produk

Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya diproses diproduksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu.⁵

6. Alas Kaki

Alas kaki merupakan produk seperti sepatu yang dipakai untuk melindungi kaki terutama bagian telapak kaki. Alas kaki melindungi kaki

² Mia Ayu Wardani, Sri Mulatsih, “Analisis Daya Saing Dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Ekspor Ban Indonesia Ke Kawasan Amerika Latin”. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, Vol 6 No.1, (Juli 2017), h. 84.

³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 387.

⁴ Detri Karya, Syamri Syamsudin, *Makroekonomi pengantar untuk manajemen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), h. 151.

⁵ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Indonesia Pusat Bahasa*....., h.1103.

agar tidak cedera dari kondisi lingkungan seperti permukaan tanah yang berbatu-batu, berair, udara panas, maupun dingin.⁶

7. Amerika Serikat

Amerika Serikat disingkat dengan AS/USA adalah sebuah negara republik konstitusional federal yang terdiri dari lima puluh negara bagian dan sebuah distrik federal. Negara ini terletak di bagian tengah Amerika Utara, yang menjadi lokasi dari empat puluh delapan negara bagian yang saling bersebelahan, beserta distrik ibukota Washington D.C.⁷

8. Ekonomi Islam

Ekonomi islam adalah suatu ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, meninjau, meneliti, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara Islami. (berdasarkan ajaran agama Islam).⁸

B. Alasan Memilih Judul

1. Alasan Objektif

Produk alas kaki adalah salah satu dari 10 komoditi keunggulan yang dimiliki Indonesia yang memiliki daya saing dunia. Namun, bukan berarti tidak ada saingan yang bisa saja merebut pangsa

⁶ Yunika, "Daya Saing Ekspor Industri Alas Kaki Antara Indonesia Dan China Di Pasar Amerika Serikat Tahun 2011-2014". *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 4 No. 2 (Oktober 2017), h. 1.

⁷ Wikipedia, "Amerika Serikat". (On-line), tersedia di: https://id.wikipedia.org/wiki/Amerika_Serikat (13 Januari 2020).

⁸ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011), h.17.

pasar Indonesia terhadap Amerika. Untuk itu, penulis akan menganalisis daya saing produk alas kaki Indonesia yang diekspor ke Amerika Serikat.

2. Alasan Subjektif

Alasan subjektif memilih judul ini adalah memberikan pengetahuan bagi penulis maupun pembaca tentang analisis daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor alas kaki ke Amerika Serikat perspektif ekonomi Islam.

C. Latar Belakang

Dinamika kondisi ekonomi dunia yang terus berubah dan menimbulkan berbagai dampak bagi sejumlah negara, termasuk Indonesia, memaksa setiap negara untuk memiliki strategi antisipasi agar mampu bertahan di kancah persaingan internasional. Krisis global yang melanda sejumlah negara maju telah menimbulkan pengaruh dalam aktivitas perdagangan internasional, di mana umumnya negara berkembang mengekspor sebagian besar komoditi lokalnya ke negara maju.⁹

Indonesia merupakan suatu negara yang menganut sistem perekonomian terbuka, artinya bahwa negara tersebut melakukan transaksi ekonomi dengan pihak luar negeri atau yang sering disebut dengan perdagangan internasional yang tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan serta memenuhi kebutuhan dalam negeri. Perdagangan internasional memberikan keuntungan bagi negara, karena negara bisa

⁹ Ricky Rinaldi, "Analisis Daya Saing Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Aliran Perdagangan Komoditi Unggulan Ekspor Indonesia Ke Afrika Selatan", (Tesis Program Ilmu Ekonomi Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2014), h. 1.

menjual barang-barangnya ke luar negeri. Hal ini tentu saja dapat meningkatkan kekayaan dan kesejahteraan penduduknya.¹⁰ Perdagangan internasional terjadi karena adanya perbedaan selera atau pola konsumsi antar negara, dan timbulnya perdagangan internasional terutama sekali karena suatu negara bisa menghasilkan barang tertentu secara lebih efisien daripada negara lain.¹¹

Sedangkan dalam Islam, perdagangan internasional adalah sama dengan jual beli yaitu transaksi yang dilakukan oleh pihak penjual dan pembeli atas suatu barang dan jasa yang menjadi objek transaksi jual beli.¹² Dalam sejarah Islam, praktik perdagangan internasional yang telah dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dengan membawa dagangan Khodijah hingga ke negeri Syam, inilah yang menjadi bukti bahwa dalam Islam perdagangan itu tidak terbatas hanya terbatas hanya melulu berdagang dalam negeri. Selain itu, dalam surat al-Quraisy dijelaskan bahwa salah satu aktivitas kaum Quraisy pada saat itu adalah melakukan perjalanan saat musim panas dan dingin.¹³ Ayatnya adalah sebagai berikut.

أَيَّالاً فِيهِمْ رَحَلَتِ الشَّتَاءِ وَالصَّيْفِ

Artinya: (yaitu) kebiasaan mereka berpergian pada musim dingin dan musim panas. (Q.S Al-Quraisy : 2).¹⁴

¹⁰ Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 120.

¹¹ Dewi Anggraini, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Kopi Indonesia Dari Amerika Serikat". (Tesis Program Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro, Semarang, 2006), h.12.

¹² Kasmir, *Perbankan Syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 135.

¹³ Achmad Lubabul Chadziq, "Perdagangan Internasional (Studi Komparasi Perdagangan Internasional Konvensional dan Islam)". *AKADEMIKA*, Vol. 10 No. 2 (Desember 2016), h. 162

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2010), h. 602.

Maksudnya adalah orang Quraisy melakukan perjalanan terutama untuk berdagang ke negeri Syam pada musim panas dan ke negeri Yaman pada musim dingin. Dalam perjalanan itu mereka mendapat jaminan keamanan dari penguasa-penguasa dari negeri-negeri yang dilaluinya, ini adalah suatu nikmat yang amat besar dari Tuhan mereka. Oleh karena itu, sewajarnya mereka menyembah Allah yang telah memberikan nikmat itu kepada mereka.¹⁵

Indonesia adalah negara yang sejak lama telah melakukan perdagangan internasional. Peningkatan ekspor baik jumlah maupun jenis barang atau jasa selalu diupayakan atau digalakkan dengan berbagai strategi diantaranya adalah pengembangan ekspor, terutama ekspor non migas, baik barang maupun jasa. Tujuan dari program pengembangan ekspor ini adalah mendukung upaya peningkatan daya saing global produk Indonesia serta meningkatkan peranan ekspor dalam memacu pertumbuhan ekonomi.¹⁶

Ekspor merupakan peranan yang penting terhadap perekonomian, yaitu sebagai sumber utama devisa terutama untuk pendanaan impor kebutuhan industri dalam negeri, dan sebagai salah satu motor pertumbuhan ekonomi. Ekspor Indonesia pada awalnya didominasi oleh produk-produk minyak dan gas bumi (migas). Sejak tahun 1974 sampai tahun 1986 pembiayaan ekonomi Indonesia banyak tergantung dari penerimaan minyak dan gas bumi. Keadaan

¹⁵ Achmad Lubabul Chadziq, "Perdagangan Internasional (Studi Komparasi Perdagangan Internasional Konvensional dan Islam)"..., h. 162.

¹⁶ Dewi Anggraini, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Kopi Indonesia Dari Amerika Serikat". (Tesis Program Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro, Semarang, 2006), h.12.

yang demikian menyebabkan perekonomian Indonesia sangat peka terhadap perubahan harga migas di pasar internasional.¹⁷

Pada awalnya pembangunan dipicu oleh ekspor minyak dan gas bumi (migas) yang menyebabkan peningkatan kemampuan produksi. Selain itu pola proteksi perdagangan yang melindungi industri yang berorientasi pada pasar dalam negeri daripada persaingan internasional, telah menarik penanaman modal dalam negeri maupun penanaman modal asing. Dengan jatuhnya harga minyak dan gas bumi pada tahun 1982, maka perkembangan industri menjadi lebih sulit. Dalam menanggapi jatuhnya harga minyak bumi, maka pemerintah meluncurkan serangkaian paket-paket deregulasi. Deregulasi ini dimaksudkan untuk merestrukturisasi ekonomi yang tergantung pada minyak dan gas bumi menuju ekspor komoditi non migas. Hal ini terlihat dari meningkatnya ekspor sumber daya alam serta ekspor industri berbasis pada keunggulan padat karya.¹⁸

Dalam era globalisasi ekonomi, Indonesia menghadapi proses perdagangan bebas yang berkembang secara terus menerus yang pada akhirnya akan memberikan pengaruh, peluang dan tantangan terhadap aktivitas perdagangan. Dalam pengutamaan sektor atau komoditas pilihan, faktor utama yang mempengaruhi adalah keunggulan komparatif berupa ketersediaan sumber daya yang melimpah. Komoditas tersebut nantinya akan dijadikan sektor unggulan yang dikonsumsi oleh pasar (negara lain) melalui


¹⁷ Damara Vikiyanto, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Amerika Serikat". *Journal of Economics and Business*, Vol. 1 No. 1 (Mei 2019), h. 2.

¹⁸ Budi Yasri, "Analisis Kinerja Ekspor Non Migas Indonesia ke Uni Eropa". *Jurnal Ilmiah Edukasi*, Vol. 4 No. 3, (Agustus 2016), h. 262 – 263.

kegiatan ekspor. Ekspor memberikan pemasukan devisa bagi negara bersangkutan yang nantinya dipergunakan untuk membiayai kebutuhan impor maupun pembangunan dalam negeri. Komposisi ekspor Indonesia tidak lagi didominasi oleh sektor migas dan tidak bergantung kepada hasil komoditas pertanian dan pertambangan.¹⁹

Menurut BPS komposisi nilai ekspor Indonesia didominasi oleh sektor nonmigas seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Neraca Perdagangan Ekspor Indonesia tahun 2008-2018 (Ribu ton)



Tahun	Migas	Non Migas
2008	44.800,9	310.253,1
2009	46.072,8	332.926,3
2010	55.925,1	422.921,7
2011	59.053,9	523.165,9
2012	48.446,0	551.690,6
2013	44.041,9	655.963,2
2014	41.743,1	507.722,4
2015	44.964,7	463.862,5
2016	43.328,8	468.399,3
2017	42.505,0	503.431,6
2018	37.055,5	571.852,0
Jumlah	507.937,7	5.312.188,6

Sumber: BPS (Badan Pusat Statistik) telah diolah.

Pada tabel 1 di atas dapat dilihat perbedaan jumlah ekspor migas dan non migas (dalam satuan ton) terlihat sangat jauh perbedaannya, dari tahun 2008-2018 jumlah ekspor Indonesia pada sektor migas sebesar 507.937,7 ton sedangkan jumlah ekspor non migas secara keseluruhan mencapai 5.312.188,6 ini menjadi bukti keseriusan dari pemerintah menaikkan dan mengeksplorasi

¹⁹ I Kadek Krisna, I Wayan Wita Kesuma, "Analisis Tingkat Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kayu Olahan Ke Negara Amerika Serikat". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 2 No. 6 (Juni 2013), h. 307.

sektor non migas, ditahun 2008 sektor migas hanya mengekspor sebesar 44.800,9 ton dan di sektor non migas mencapai 310.253,1 ton pada tahun 2008 dan tahun selanjutnya sektor migas masih kalah dengan sektor non migas.

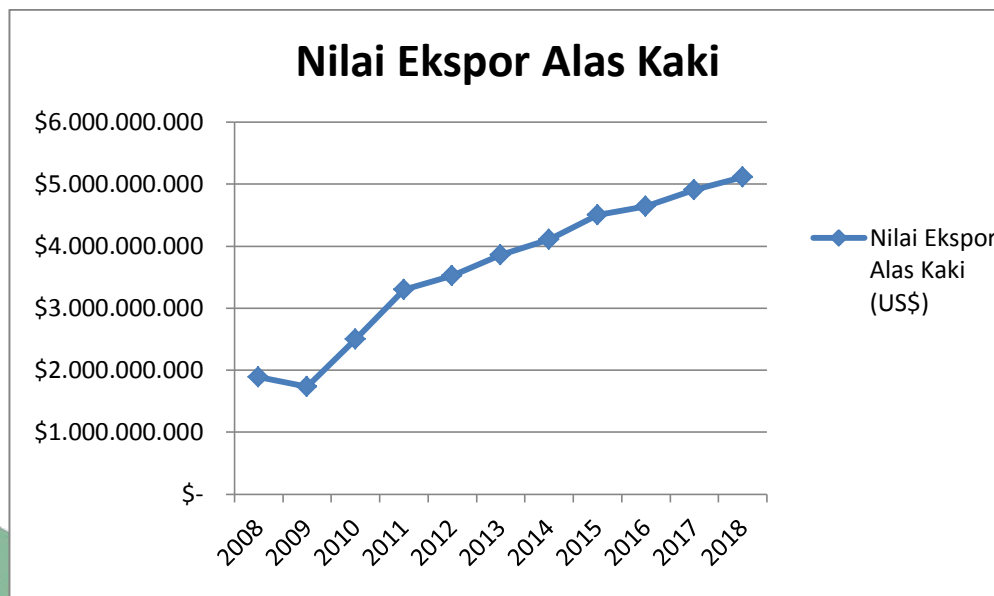
Dengan semakin bertambahnya nilai komoditi non migas yang dapat diekspor, di harapkan perekonomian Indonesia tidak lagi tergantung terhadap harga satu komoditi yaitu migas saja. Sehingga pembangunan secara keseluruhan dapat berjalan dengan baik. Komoditi-komoditi non migas yang cukup potensial untuk diekspor dapat dikelompokkan menjadi komoditi primer dan bukan primer. Komoditi primer merupakan hasil dari sektor pertanian dan sektor pertambangan. Sedangkan sektor-sektor bukan primer berasal dari sektor industri.²⁰

Ekspor mempunyai peranan yang penting terhadap perekonomian, yaitu sebagai sumber utama devisa terutama untuk pendanaan impor kebutuhan industri dalam negeri, dan sebagai salah satu motor penggerak pertumbuhan ekonomi, yang berarti juga peningkatan kesempatan kerja dan pengurangan kemiskinan. Ekspor 10 komoditi unggulan Indonesia di pasar internasional dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Alas kaki merupakan salah satu komoditas unggulan ekspor Indonesia setelah tekstil, elektronik, karet, kelapa sawit, dan produk hasil hutan. Alas kaki merupakan produk seperti sepatu dan sandal yang dipakai untuk melindungi kaki terutama bagian telapak kaki. Alas kaki melindungi kaki agar tidak cedera dari kondisi lingkungan seperti permukaan tanah yang berbatu-batu, berair, udara panas,

²⁰ *Ibid.*, h. 2 – 3.

maupun dingin. Ekspor alas kaki Indonesia secara garis besar dari tahun ke tahun mengalami peningkatan di pasar internasional, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.

Gambar 1. Nilai Ekspor Alas Kaki



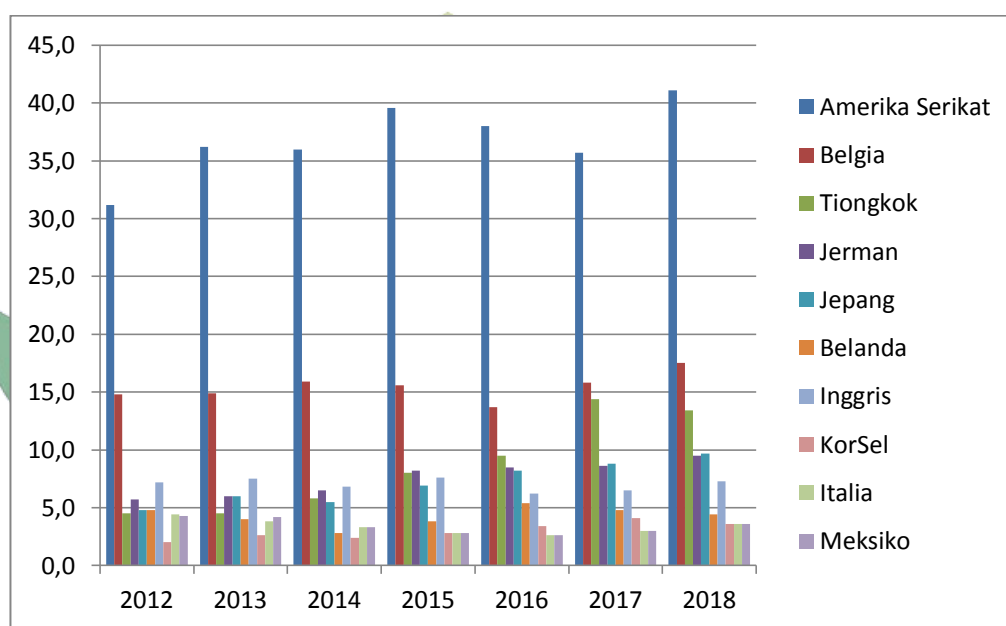
Sumber: UN Comtrade

Pertumbuhan ekspor alas kaki terus mengalami pertumbuhan yang positif, sehingga Indonesia memiliki banyak peluang terhadap kegiatan ekspor alas kaki. Salah satu upaya untuk mendorong perkembangan industri alas kaki, pemerintah Indonesia banyak menggelar pameran untuk menjaring pembeli. Upaya lainnya dengan mengembangkan desain, membuat kemasan lebih menarik, menetapkan harga yang lebih kompetitif, dan meningkatkan kualitas produksi untuk menaikkan daya saing di dalam dan luar negeri.²¹

²¹ Yunika, "Daya Saing Ekspor Industri Alas Kaki Antara Indonesia Dan China Di Pasar Amerika Serikat Tahun 2011-2014". *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 4 No. 2 (Oktober 2017), h. 1-2.

Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik dan dilihat dari data *Un Comtrade* nilai ekspor alas kaki Indonesia sepanjang tahun 2018 tercatat sebesar \$5,11 atau setara dengan Rp. 71 triliun. Capaian ini adalah tingkat ekspor industri alas kaki tertinggi yang pernah dimiliki Indonesia. Namun, capaian ini masih jauh dengan target yang dituju oleh kementerian perindustrian Indonesia yaitu pertumbuhan sebesar 10% setiap tahunnya.²²

Gambar 2. Ekspor Alas Kaki Menurut Negara Tujuan Utama (ton)



Sumber: BPS (Badan Pusat Statistik), data diolah.

Jika dilihat dari grafik di atas, negara- negara yang menjadi pasar utama dalam kegiatan ekspor alas kaki Indonesia antara lain Amerika Serikat, Inggris, Belgia, Jepang, Jerman dan Italia. Jika dilihat, jumlah ekspor naik pada tahun 2016 ke negara Tiongkok dan tingkat ekspor menjadi tinggi ke negara tersebut, menjadikan Tiongkok pasar utama juga dalam ekspor alas kaki. Namun dari keseluruhan negara tersebut, Amerika Serikat merupakan

²² CNBC Indonesia, “Ekspor Sepatu Semakin Buntu” (On-line), tersedia di: <https://youtu.be/yS4VDL89-w>, (13 Januari 2020).

negara yang menjadi tujuan utama kegiatan ekspor Indonesia. Hal ini disebabkan karena besarnya kontribusi dari nilai ekspor alas kaki Indonesia yang cukup tinggi ke negara tersebut dibandingkan nilai ekspor ke negara lainnya. Hal inilah yang menjadi dasar dari penelitian ini.

Dalam melihat daya saing suatu produk, maka diperlukan indikator sebagai tolak ukur antara yang satu dengan lainnya. Salah satu indikator berhasilnya suatu produk dalam persaingan adalah semakin lakunya produk tersebut di pasaran, yang dapat ditandai dengan semakin meningkatnya penjualan atau dalam perdagangan internasional semakin meningkatnya produk ekspor tersebut. Kemudian kualitas dan mutu dari suatu produk juga merupakan indikator dalam mengukur daya saing, yaitu jika suatu produk memiliki tampilan dan daya tahan yang baik maka akan semakin tinggi daya saing nya dan juga suatu produk dikatakan memiliki kualitas apabila produk tersebut mampu menyesuaikan dengan kebutuhan pasar.

Pola keunggulan komparatif pun mulai menunjukkan kecenderungan ke arah yang sesuai ke arah proporsi faktor produksi Indonesia. Indonesia meraih daya saing industri manufaktur padat sumber daya alam sejak tahun 1983. Hal ini ditandai oleh *Revealed Comparative Advantage (RCA)* yang melewati angka 1.

RCA adalah indeks yang mengukur kinerja ekspor suatu komoditas dari satu negara dengan mengevaluasi peranan ekspor total negara tersebut, dibandingkan dengan pangsa komoditas tersebut dalam perdagangan dunia. Nilai indeks yang lebih dari satu menunjukkan pangsa pasar komoditas yang

diekspor di dalam total ekspor suatu negara lebih besar daripada pangsa rata-rata dari komoditas yang bersangkutan dalam ekspor semua negara (dunia).²³

Berdasarkan uraian di atas, untuk mengetahui daya saing Indonesia dalam ekspor alas kaki, faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor alas kaki di Amerika Serikat dan bagaimana pandangannya dalam Islam, maka penulis tertarik untuk meneliti hal tersebut dengan judul penelitian “**Analisis daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor produk alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat perspektif ekonomi Islam**”.

D. Rumusan Masalah

Untuk memperjelas masalah yang akan diteliti, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah produk alas kaki Indonesia yang diekspor ke Amerika Serikat berdaya saing dunia?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi ekspor produk alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat?
3. Bagaimana ekonomi Islam memandang daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor?

²³Faisal H Basri, *Perekonomian Indonesia*, (Jakarta : Erlangga, 2002), h. 293 - 294

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah produk alas kaki Indonesia berdaya saing dunia.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor produk alas kaki ke Amerika Serikat.
3. Untuk mengetahui pandangan ekonomi Islam tentang daya saing ekspor dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor Indonesia.

F. Manfaat Penelitian

Hal penting dari sebuah penelitian adalah kemanfaatan yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Adapun kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan ekonomi Islam konsentrasi ekonomi pembangunan di bidang ekonomi internasional.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini akan memberikan manfaat bagi penulis berupa pemahaman lebih dalam lagi tentang makroekonomi khususnya dalam ilmu perdagangan internasional dalam perspektif ekonomi Islam.

b. Bagi pemerintah

Penelitian ini akan membantu pemerintah dalam melakukan kebijakan secara makroekonomi, khususnya pada produk alas kaki Indonesia yang menjadi salah satu komoditas unggulan ekspor di negeri ini.

c. Bagi akademisi

Menambah khasanah pengetahuan tentang analisis daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor produk alas kaki ke Amerika Serikat perspektif ekonomi Islam serta sebagai masukan pada penelitian dengan topik yang sama yang akan datang.

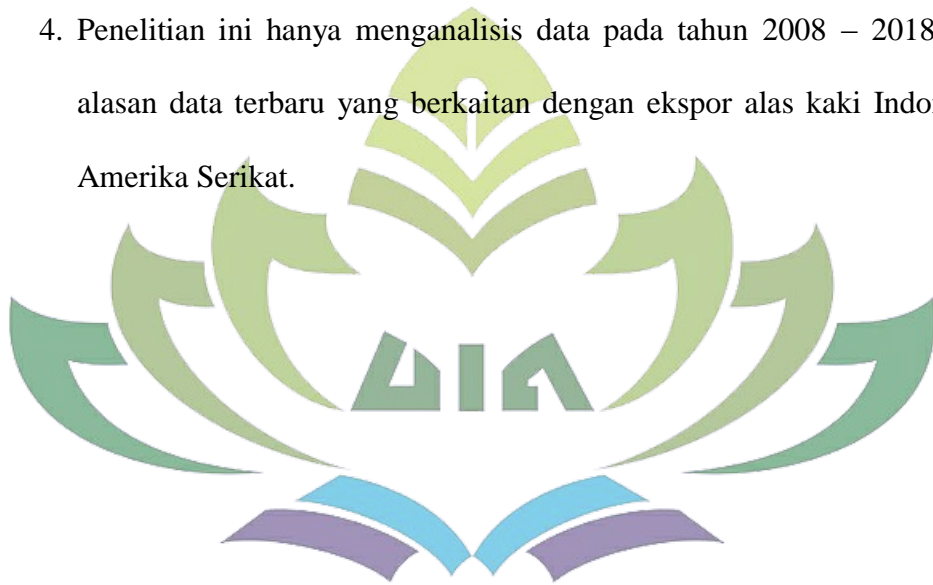
G. Batasan Penelitian

Penelitian yang disebabkan karena adanya keterbatasan waktu, tenaga, teori-teori dan supaya penelitian dilakukan secara mendalam, maka tidak semua masalah yang diidentifikasi akan diteliti. Untuk itu maka peneliti memberi batasan, variabel apa saja yang akan diteliti serta bagaimana hubungan variabel satu dengan variabel lain. Maka batasan masalah yang dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini hanya menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* untuk menganalisis daya saing ekspor alas kaki Indonesia terhadap dunia.
2. Komparasi yang penulis lakukan untuk membandingkan daya saing Indonesia terhadap negara lain hanya dilakukan dengan membandingkan 4

top exporters alas kaki dunia yaitu negara Indonesia, Cina, Vietnam dan Jerman.

3. Variabel yang diambil untuk penelitian ini dalam faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat adalah GDP Amerika Serikat, nilai tukar mata uang, harga komoditas ekspor (alas kaki), dan produksi alas kaki untuk variabel independen dan nilai ekspor alas kaki untuk variabel dependen.
4. Penelitian ini hanya menganalisis data pada tahun 2008 – 2018 dengan alasan data terbaru yang berkaitan dengan ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Perdagangan Internasional

a. Pengertian Perdagangan Internasional

Berdasarkan kamus bahasa Indonesia, perdagangan internasional adalah suatu kegiatan jual beli untuk memperoleh keuntungan (perdagangan) yang dilakukan dengan melibatkan unsur-unsur dua negara atau lebih (internasional). Kalau diperluas makna memperoleh keuntungannya tidak selalu keuntungan secara finansial tetapi juga bisa keuntungan nonfinansial seperti untuk kepentingan promosi, persaingan usaha dan keuntungan strategis lainnya.¹

Perdagangan internasional dapat didefinisikan sebagai aktivitas perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk negara yang dimaksud adalah merupakan individu dengan individu, antara individu dengan pemerintah suatu negara atau pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain.²

Secara teoritis, perdagangan internasional terjadi karena dua alasan utama, yaitu: yang pertama negara-negara berdagang karena pada dasarnya mereka berbeda satu sama lain. Setiap negara dapat memperoleh

¹ Windhu Putra, *Perekonomian Indonesia*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018), h. 108.

² Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*, (Jakarta: Erlangga, 2014), h. 3.

keuntungan dengan melakukan sesuatu yang relatif lebih baik. Yang kedua, negara-negara melakukan perdagangan dengan tujuan untuk mencapai skala ekonomi (*economics of scale*) dalam produksi. Maksudnya, jika setiap negara hanya memproduksi sejumlah barang tertentu, mereka dapat menghasilkan barang-barang tersebut dengan skala yang lebih besar dan karenanya lebih efisien jika dibandingkan kalau negara tersebut memproduksi segala jenis barang. Pola-pola perdagangan dunia yang terjadi mencerminkan perpaduan kedua motif ini.³

b. Teori Perdagangan Internasional

1) Teori Hechkscher – Ohlin (H – O)

Teori H-O merupakan model terkenal tentang analisis perdagangan antara dua negara, di mana tiap-tiap negara mempunyai karakteristik tersendiri, setiap negara akan mengekspor barang yang mempunyai intensitas faktor produksi yang melimpah. Sebagai contoh, faktor produksi yang melimpah di negara A adalah tenaga kerja, oleh karena itu, teori H-O menjelaskan bahwa negara tersebut akan mengekspor barang X yang mempunyai intensitas faktor produksi yang padat karya.⁴

Teori Hechkscher – Ohlin ini sering disebut dengan teori proporsi dan intensitas faktor produksi. Teori H-O menyatakan bahwa penyebab perbedaan produktivitas karena adanya jumlah atau proporsi faktor produksi yang dimiliki masing-masing negara, selanjutnya faktor

³ Windhu Putra, *Perekonomian Indonesia*..., h. 108

⁴ Hendra Halwani, *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi Edisi Kedua*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005) h. 22

produksi menyebabkan terjadinya perbedaan harga yang dihasilkan. Oleh karena itu, teori modern H-O dikenal sebagai *The Proportional Factor Theory*. Negara-negara yang memiliki faktor produksi relatif banyak atau murah dalam memproduksi akan melakukan spesialisasi produksi untuk kemudian mengekspor barangnya. Sebaliknya, masing-masing negara akan mengimpor barang tertentu jika negara tersebut memiliki faktor produksi yang relatif langka atau mahal dalam memproduksinya.⁵

Teori H-O mencoba menjelaskan pola perdagangan dunia dengan pengungkapan lebih spesifik mengapa terjadi perbedaan harga di antara negara-negara sebelum negara tersebut melakukan perdagangan. Secara teoritis, perdagangan terjadi karena ada perbedaan harga. Ada beberapa hal yang dianggap sebagai penyebab perbedaan harga, misalnya faktor permintaan dan perbedaan teknologi. Namun, H-O meragukan hal ini, dan sebagai gantinya ia mengajukan konsep tentang faktor proporsi dalam penggunaan faktor produksi sebagai dasar dari perbedaan biaya komparatif. Suatu negara akan melakukan perdagangan dengan negara lain karena negara tersebut memiliki keunggulan komparatif yaitu keunggulan dalam teknologi dan keunggulan faktor produksi.⁶

2) Teori Stolper-Samuelson

Teori yang membantah teori H-O adalah teori perdagangan dari Stolper-Samuelson. Teori S-S membuktikan bahwa teori H-O tidak benar, yang menyatakan bahwa negara yang mensuplai faktor produksi

⁵ Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*....., h. 62

⁶ *Ibid.*, h. 63

yang langka justru akan memperoleh keuntungan pendapatan riil dalam nilai absolut dan merentangkan proteksi yang dapat menghambat lajunya impor, sehingga konsumen secara keseluruhan dirugikan dalam memenuhi preferensinya. Teori Stolper Samuelson mengatakan bahwa peningkatan pada harga komoditas akan meningkatkan pendapatan riil faktor (input) lain.⁷

3) Teori Rybczynski

Teori terkenal lainnya adalah teori Rybczynski yang menjelaskan bahwa peningkatan dalam suatu faktor produksi pendukung (*endowment factor*) akan menurunkan intensitas dari faktor produksi barang yang lain. Peningkatan *endowment* suatu faktor (input) yang digunakan secara intensif akan meningkatkan proporsi output yang sangat besar pada sektor tertentu dan menurunkan output pada sektor lain. Jadi, apabila terjadi penambahan proporsi pada suatu input yang digunakan secara intensif akan menimbulkan penambahan proporsi output yang besar lagi pada sektor tertentu, dan akan terjadi pengurangan output yang menggunakan faktor input konstan non-insentif, dengan asumsi tidak ada pembalikan intensitas faktor, diversifikasi produksi, dan konstan komoditas dari harga barang tersebut.⁸

⁷ *Ibid.*, h.67.

⁸ *Ibid.*, h. 68.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perdagangan Internasional

Faktor yang mendorong suatu negara melakukan perdagangan internasional, diantaranya sebagai berikut:⁹

- 1) Adanya perbedaan kemampuan penguasaan keterampilan, ilmu pengetahuan dan teknologi dalam mengolah sumber daya ekonomi.
- 2) Adanya kelebihan produk dalam negeri sehingga perlu pasar baru untuk menjual produk tersebut.
- 3) Adanya perbedaan keadaan seperti sumber daya alam, iklim, tenaga kerja, budaya dan jumlah penduduk yang menyebabkan adanya perbedaan hasil produksi dan adanya keterbatasan produksi.
- 4) Adanya keberagaman selera terhadap suatu barang yang dihasilkan pada negara lain sehingga terbentuk transaksi perdagangan untuk memenuhi kebutuhan ini.
- 5) Untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa dalam negeri yang dapat diberikan dan ditawarkan oleh negara lain.
- 6) Untuk memperoleh keuntungan dan meningkatkan pendapatan negara dari perdagangan ekspor dan impor.
- 7) Keinginan membuka kerja sama, hubungan politik dan dukungan dari negara lain.

Sepanjang 2018, industri alas kaki Indonesia mencatatkan produksi sebesar 1,41 miliar pasang sepatu dan telah berkontribusi 4,6 persen dari total produksi sepatu dunia. Dengan posisi ini, dapat membuktikan bahwa alas kaki Indonesia dapat bersaing di kancah global. Hal ini sesuai dengan faktor yang mempengaruhi perdagangan internasional poin nomor 2 bahwa Adanya kelebihan produk dalam negeri sehingga perlu pasar baru untuk menjual produk tersebut. Pada data tersebut membuktikan bahwa alas kaki yang diproduksi di Indonesia memiliki nilai yang lebih di kancah internasional sehingga Indonesia mengeksport barang tersebut ke luar negeri.

Budiarto Tjandra, ketua pengembangan *Sport Shoes* & Hubungan Luar Negeri Aprisindo, mengatakan saat ini (pada tahun 2019) negara yang

⁹ Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*..... h. 5.

dipimpin Donal Trump tersebut adalah negara importir terbesar sepatu di dunia walaupun di sana juga terdapat pabrik alas kaki. Alasan AS bisa menjadi negara pengimpor sepatu terbesar adalah faktor konsumsi, selain jumlah penduduk negara tersebut yang sebesar 325 juta jiwa. Rata-rata satu orang di AS membeli lebih dari 4 pasang sepatu pertahun.¹⁰ Hal ini sesuai dengan faktor dengan poin nomor 4 dan 5 yaitu adanya keberagaman selera terhadap suatu barang yang dihasilkan pada negara lain sehingga terbentuk transaksi perdagangan untuk memenuhi kebutuhan ini dan untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa dalam negeri yang dapat diberikan dan ditawarkan oleh negara lain.

d. Dampak Perdagangan Internasional

Perdagangan Internasional mempunyai dampak pada negara-negara yang terlibat. Dampak tersebut ada yang positif dan ada yang negatif.

1) Dampak Positif Perdagangan Internasional

Negara pengekspor maupun pengimpor mendapatkan keuntungan dari adanya perdagangan internasional. Negara pengekspor memperoleh pasar dan negara pengimpor memperoleh kemudahan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan. Dampak tersebut antara lain:¹¹

- a) Mempererat persahabatan antar bangsa.
- b) Menambah kemakmuran negara.
- c) Menambah kesempatan kerja.
- d) Mendorong kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi

¹⁰ “Ekspor Alas Kaki” (On-line), tersedia di: <https://m.bisnis.com/ekonomi-bisnis/read/20190312/257/898620/faktor-penyebab-as-pasar-ekspor-utama-alas-kaki-indonesia>, (19 Maret 2020).

¹¹ Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*....., h. 7 – 8.

- e) Sumber pemasukan kas negara.
- f) Menciptakan efisiensi dan spesialisasi.
- g) Memungkinkan konsumsi yang luas bagi penduduk suatu negara.
- h) Memperoleh devisa.
- i) Memperluas kesempatan kerja.
- j) Menstabilkan harga.
- k) Meningkatkan kualitas produk.
- l) Meningkatkan kualitas konsumsi.
- m) Mempercepat alih teknologi.
- n) Memperluas pangsa pasar.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sulthon Sjahril Sabaruddin dalam jurnalnya yang berjudul dampak perdagangan internasional Indonesia terhadap kesejahteraan masyarakat didapatkan hasil dampak positif yaitu berdasarkan analisis jalur struktural terhadap komoditi pertanian dan industri, maka dapat dikatakan bahwa secara umum komoditi-komoditi barang ekspor semuanya melibatkan jalur tenaga kerja dan modal. Perbedaanannya adalah bahwa pada kelompok pertanian didominasi melalui jalur tenaga kerja. Sedangkan, pada kelompok industri dipengaruhi oleh jalur-jalur yang melalui modal dan tenaga kerja. Tenaga kerja yang memengaruhi dan rumah tangga yang terpengaruh oleh kegiatan perdagangan internasional adalah rumah tangga kelompok tengah di desa dan rumah tangga kelompok rendah di kota untuk industri.¹²

Dalam penelitian tersebut hasil yang diperoleh sesuai dengan teori yang tertulis di atas yang mengatakan bahwa dampak positif

¹² Sulthon Sjahril Sabaruddin, "Dampak Perdagangan Internasional Indonesia terhadap Kesejahteraan Masyarakat". *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Vol 17 No. 4 (April 2015), h. 451 – 452.

perdagangan internasional dapat menambah kemakmuran negara, menambah kesempatan kerja dan memperluas kesempatan kerja.

2) Dampak Negatif Perdagangan Internasional

Adanya perdagangan internasional mempunyai dampak negatif bagi negara yang melakukannya. Dampak negatifnya sebagai berikut:¹³

- a) Produk dalam negeri menurun karena kurang disukai masyarakat akibat kalah bersaing dan kalah dalam mempertahankan kualitas produk.
- b) Ketergantungan terhadap negara-negara maju yang menghasilkan barang dengan jumlah, kualitas dan teknologi yang lebih tinggi mengalahkan barang sejenis yang diproduksi dalam negeri.
- c) Banyak industri kecil yang kurang mampu bersaing menjadi gulung tikar karena tidak mampu bersaing dengan produk impor.
- d) Adanya persaingan tidak sehat dalam perdagangan internasional seperti praktek dumping, praktek tariff impor, dan lain sebagainya.
- e) Adanya pola konsumsi masyarakat yang meniru konsumsi negara yang lebih maju sehingga mengubah perilaku konsumtif pada penduduk negara yang mengimpor barang dengan teknologi tinggi. Akibat pola konsumtif ini, terjadi kekurangan tabungan masyarakat untuk investasi.

Dalam era globalisasi suatu negara tidak akan dapat menolak perdagangan internasional termasuk Indonesia, salah satu bentuk perdagangan internasional adalah perdagangan regional salah satunya ACFTA (ASEAN China Free Trade Area) yang mulai berlaku sejak Januari 2010. Dampak adanya ACFTA ini produk Cina berharga murah membanjiri Indonesia yang berdampak pada lesunya industri lokal. Harga murah ini dipicu karena berkurangnya bahkan bebasnya bea masuk. Hal ini bisa dikarenakan memang biaya produksinya murah, maka produsen akan meningkatkan produksinya yang berakibat pada

¹³ Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional.....*, h. 8 – 9.

penawaran akan meningkat, tetapi bisa juga karena dumping. Dumping ini terjadi apabila pelaku usaha mengekspor produknya dan dijual dengan harga jauh lebih murah dari harga di Negara asal. Dalam praktek dumping faktor yang mempengaruhi tentang penawaran tidak diperhatikan, walaupun harga jualnya murah penawaran tetap banyak terbukti dengan banyaknya produk Cina murah yang masuk Indonesia. Ini terjadi karena memang tujuannya merusak pasar sehingga hukum pasar yang lazim digunakan tidak diperdulikan lagi. Akan tetapi perilaku lazim produsen tetap diperhatikan yaitu mendapatkan keuntungan sebanyak - banyaknya, awalnya memang merugi tetapi dengan matinya industri lokal maka pelaku usaha Cina yakin dapat meraih keuntungan sebanyak - banyaknya setelah pasar Indonesia mengalami ketergantungan pada produknya.¹⁴

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan dampak negatif perdagangan internasional poin ke 4 yaitu adanya persaingan tidak sehat dalam perdagangan internasional salah satu contohnya yaitu praktek dumping.

e. Perdagangan Internasional Perspektif Ekonomi Islam

Perdagangan internasional termasuk dalam masalah muamalah dan asal dalam muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Perdagangan internasional sejak dahulu kala sudah dilakukan oleh semua manusia dan bangsa. Salah satu potret perdagangan

¹⁴ Rizki Tri Anugrah Bhakti, "Perlindungan Hukum Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu) Dari Praktek Dumping Akibat Perdagangan Internasional. *Jurnal Cahaya Keadilan*, Vol. 6. No. 1 (Juni 2015), h. 87.

internasional yang dicatat oleh Al-Qur'an adalah perdagangan Quraisy dan karena kehebatan perdagangan suku Quraisy tersebut Al-Qur'an mengabadikan aktivitas perdagangan mereka sebagaimana termaktub dalam QS Al-Quraisy. Mereka dengan segala keterbatasan sumber daya alam di negeri mereka mampu menjadi pemain global dalam perdagangan internasional.

Allah SWT memerintahkan kepada hamba-hambaNya untuk mencari rezeki baik di daerahnya maupun di daerah/negara lain dan ke seluruh penjuru dunia. Perdagangan internasional adalah sebuah keniscayaan, karena tidak mungkin sebuah bangsa dapat memenuhi kebutuhan negerinya secara langsung dan Allah SWT menciptakan pada setiap daerah dan negara keunggulan dan keterbatasan.¹⁵ Hal ini sebagaimana diungkapkan Allah SWT dalam QS Fushilat ayat 10:

وَجَعَلَ فِيهَا رُوسٍ مِنْ فَوْقِهَا وَبَارَكَ فِيهَا وَقَدَّرَ فِيهَا أَقْوَاتَهَا فِي أَرْبَعَةِ
أَيَّامٍ سَوَاءٍ لِّلنَّاسِ لَئِلَّا يُلِينُوا

Artinya: *Dan Dia menciptakan di bumi itu gunung-gunung yang kokoh di atasnya. Dia memberkahinya dan Dia menentukan padanya kadar makanan (penghuni) nya dalam empat masa. (Penjelasan itu sebagai jawaban) bagi orang-orang yang bertanya.*¹⁶

Dalam menafsirkan ayat di atas Al Qurtubi meriwayatkan penafsiran dua orang mufasir besar dari kalangan tabi'in, yaitu 'Ikrimah dan Al Dahak yang mengatakan: "Dia menentukan padanya kadar

¹⁵ Atep Endang Waluya, "Perdagangan Internasional dalam Islam". *Majalah Tabligh* No. 4/XIV, 14 Agustus 2019, h. 55.

¹⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*....., h.477.

makanan-makanan (penghuni)nya” yaitu Allah memberi rezeki kepada penduduknya dan apa yang sesuai untuk kehidupan mereka berupa perdagangan, pohon-pohon dan manfaat-manfaat yang ada pada setiap negeri yang Allah tidak menjadikan di daerah lain, supaya sebagian dengan yang lainnya bisa saling menghidupi melalui perdagangan dan perjalanan dari satu negeri ke negeri yang lainnya.

Tujuan perdagangan Internasional dalam Islam adalah supaya tercipta kemaslahatan di antara umat manusia dan salah satu bentuk tolong menolong. Supaya tercapai kemaslahtan tersebut bagi umat manusia, Dr. Jaribah bin Ahmad Al Haritsi pengarang buku *Fikih ekonomi Umar bin Al Khatab* mengatakan bahwa agar hubungan ekonomi Internasional dapat merelisasikan kemanfaatan sebesar mungkin bagi kaum muslimin dan menjauhkan mereka dari mudharat yang akan terjadi, maka hubungan tersebut harus memenuhi kaidah-kaidah sebagai berikut: *Pertama*, Kehalalan barang dan jasa di tempat perdagangan; *Kedua*, Jika hubungan ekonomi internasional dapat merealisasikan kemaslahatan bagi kaum muslimin; *Ketiga*, Jika wilayah-wilayah Islam sebagai prioritas; *Keempat*, Pengaturan masuk dan menetapnya non muslim di bumi Islam; *Kelima*, Perjanjian perdagangan; *Keenam*, Negara Islam seyogyanya memiliki otoritas dalam pengaturan dan pengawasan hubungan ekonomi luar negeri; *Ketujuh*, Urusan kegiatan ekonomi harus dipimpin seorang Muslim jika terdapat non-Muslim yang andil di dalamnya.¹⁷

¹⁷ *Ibid*, h. 56

2. Daya Saing

a. Pengertian Daya Saing

Daya saing adalah suatu konsep yang umum digunakan di dalam ekonomi, yang biasanya merujuk kepada komitmen terhadap persaingan pasar dalam kasus perusahaan-perusahaan dan keberhasilan dalam persaingan internasional. Dalam dua dekade terakhir, seiring dengan semakin mengglobalnya perekonomian dunia dan persaingan bebas, daya saing telah menjadi satu dari konsep-konsep bagi perusahaan-perusahaan, negara-negara, dan wilayah-wilayah untuk bisa berhasil dalam partisipasinya di dalam globalisasi dan perdagangan bebas dunia.¹⁸

Daya saing merupakan kemampuan dari individu, wilayah maupun suatu barang untuk menjadi lebih unggul dari yang lainnya. Dalam konsep ekonomi wilayah atau ekonomi regional yang dimaksud dengan daya saing adalah kemampuan suatu wilayah untuk untuk menghasilkan produksi yang lebih tinggi dibanding wilayah lainnya. Pada laporan daya saing global yang dikeluarkan oleh forum ekonomi dunia. Daya saing didefinisikan sebagai sebuah set dari institusi, kebijakan dan faktor yang mempengaruhi tingkat produktivitas sebuah negara.¹⁹

Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa daya saing adalah suatu konsep yang digunakan dalam menilai

¹⁸ Tulus T.H Tambunan, *Perekonomian Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 236.

¹⁹ Yunika, "Daya Saing Ekspor Industri Alas Kaki Antara Indonesia Dan China Di Pasar Amerika Serikat Tahun 2011-2014." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 4 No. 2 (Oktober 2017), h. 3.

kemampuan suatu wilayah atau negara dalam memproduksi barang atau produk yang lebih unggul dari dari wilayah atau negara yang lainnya.

Konsep daya saing berpijak dari konsep keunggulan komparatif yang pertama kali dikenal dengan model Ricardian. Hukum keunggulan komparatif (*The Law of Comparative Advantage*) dari Ricardo menyatakan bahwa sekalipun suatu negara tidak memiliki keunggulan absolut dalam memproduksi dua jenis komoditas jika dibandingkan negara lain, namun perdagangan yang saling menguntungkan masih bisa berlangsung, selama rasio harga antar negara masih berbeda jika dibandingkan tidak ada perdagangan. Ricardo menganggap keabsahan teori nilai berdasar tenaga kerja (*labor theory of value*) yang menyatakan bahwa hanya satu faktor produksi yang penting yang menentukan nilai suatu komoditas yaitu tenaga kerja. Nilai suatu komoditas adalah proporsional (secara langsung) dengan jumlah tenaga kerja yang diperlukan untuk menghasilkannya. Salah satu kelemahan teori Ricardo adalah tenaga kerja adalah satu-satunya faktor produksi, output persatuan input tenaga kerja dianggap konstan.²⁰

Teori keunggulan komparatif Ricardo disempurnakan oleh G. Haberler yang menafsirkan bahwa *labor of value* hanya digunakan untuk barang antara, sehingga menurut G. Haberler teori biaya imbalan (*theory opportunity cost*) dipandang lebih relevan. Argumentasi dasarnya adalah bahwa harga relatif dari komoditas yang berbeda ditentukan oleh

²⁰ Saptana dkk, "Analisis Keunggulan Komparatif Dan Kompetitif Komoditas Kentang Dan Kubis Di Wonosobo Jawa Tengah". *Jurnal Ilmu Sosial*, Vol. 13 No.1, (Oktober 2013), h. 4

perbedaan biaya. Biaya disini menunjukkan produksi komoditas alternatif yang harus dikorbankan untuk menghasilkan komoditas yang bersangkutan.²¹

Menurut Sudaryanto dan Simatupang, konsep keunggulan komparatif merupakan ukuran daya saing (keunggulan) potensial dalam artian daya saing yang akan dicapai apabila perekonomian tidak mengalami distorsi sama sekali. Komoditas yang memiliki keunggulan komparatif dikatakan juga memiliki efisiensi secara ekonomi.

Terkait dengan konsep keunggulan komparatif adalah kelayakan ekonomi, dan terkait dengan keunggulan kompetitif adalah kelayakan finansial dari suatu aktivitas. Kelayakan finansial melihat manfaat proyek atau aktivitas ekonomi dari sudut lembaga atau individu yang terlibat dalam aktivitas tersebut, sedangkan analisa ekonomi menilai suatu aktivitas atas manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan tanpa melihat siapa yang menyumbangkan dan siapa yang menerima manfaat tersebut. Sudaryanto dan Simatupang mengemukakan bahwa konsep yang lebih cocok untuk mengukur kelayakan finansial adalah keunggulan kompetitif atau sering disebut "*revealed competitive advantage*" yang merupakan pengukur daya saing suatu kegiatan pada kondisi perekonomian aktual. Selanjutnya dikatakan suatu negara atau daerah yang memiliki keunggulan komparatif atau kompetitif menunjukkan keunggulan baik

²¹ *Ibid.*

dalam potensi alam, penguasaan teknologi, maupun kemampuan managerial dalam kegiatan yang bersangkutan.²²

Salah satu cara untuk menganalisis daya saing produk ekspor suatu negara yaitu menggunakan indeks RCA (*Revealed Comparative Advantage*). RCA adalah indeks yang mengukur kinerja ekspor suatu komoditas dari satu negara dengan mengevaluasi peranan ekspor total negara tersebut, dibandingkan dengan pangsa komoditas tersebut dalam perdagangan dunia. Nilai indeks yang lebih dari satu menunjukkan pangsa pasar komoditas yang diekspor di dalam total ekspor suatu negara lebih besar daripada pangsa rata-rata dari komoditas yang bersangkutan dalam ekspor semua negara (dunia).²³

b. Teori Daya Saing

1) Model Berlian Daya Saing Internasional (Michael E. Porter)

Teori keunggulan kompetitif yang dikembangkan oleh Michael E. Porter guru besar pada *Harvard Business School*, cara pendekatannya berbeda dengan para ahli ekonomi makro pada umumnya. Porter bertitik tolak pada dari kenyataan-kenyataan persaingan internasional yang ada, jadi pembentukan teorinya adalah deduktif.²⁴

²² *Ibid.*

²³ Faisal H Basri, *Perekonomian Indonesia*, (Jakarta : Erlangga, 2002), h. 293 – 294.

²⁴ Hendra Halwani, *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi Edisi Kedua.....*, h.

Porter mengembangkan model yang dikenal sebagai model Berlian, menerangkan bahwa suatu negara secara nasional dapat meraih keunggulan kompetitif, apabila dipenuhi empat persyaratan yang saling terkait dan membentuk empat titik sudut dari poin yang dinamakan bangunan intan, yakni seperti berikut:²⁵

- a) Keadaan faktor-faktor produksi, seperti tenaga kerja terampil atau prasarana.
- b) Keadaan permintaan dan tututan mutu di dalam negeri untuk hasil industri tertentu.
- c) Eksistensi industri terkait dan pendukung yang kompetitif secara internasional.
- d) Strategi perusahaan itu sendiri dan struktur serta sistem persaingan antarperusahaan.

Selain keempat faktor penentu dalam tingkat persaingan internasional tersebut, keunggulan kompetitif nasional juga masih dipengaruhi oleh faktor kebetulan (penemuan baru, melonjaknya harga, perubahan nilai tukar, dan konflik keamanan antarnegara) dan tindakan-tindakan atau kebijakan pemerintah. Dimana semakin tinggi tingkat persaingan perusahaan di suatu negara maka semakin tinggi tingkat daya saing internasionalnya.

Lebih lanjut, Porter menjelaskan bahwa semakin kaya atau banyak sumber daya alam sebuah negara, semakin besar permintaan domestik serta semakin banyak industri pendukung atau pelengkap di suatu negara, maka semakin kuat daya saing negara tersebut di tingkat internasional.²⁶

²⁵ *Ibid.*

²⁶ *Ibid.*, h. 41.

2) Daya Saing Internasional Berdasarkan Model 9 Faktor (Dong-Sung Cho)

Dong-Sung Cho, presiden dari *The Institute of Industrial Policy Studies*, Korea Selatan, dalam karya cemerlangnya yang berjudul *Determinan of International Competitiveness: How Can a Developing Country Transform Itself to an Advance Economy?* melengkapi hasil kajian dari Michael E. Porter.

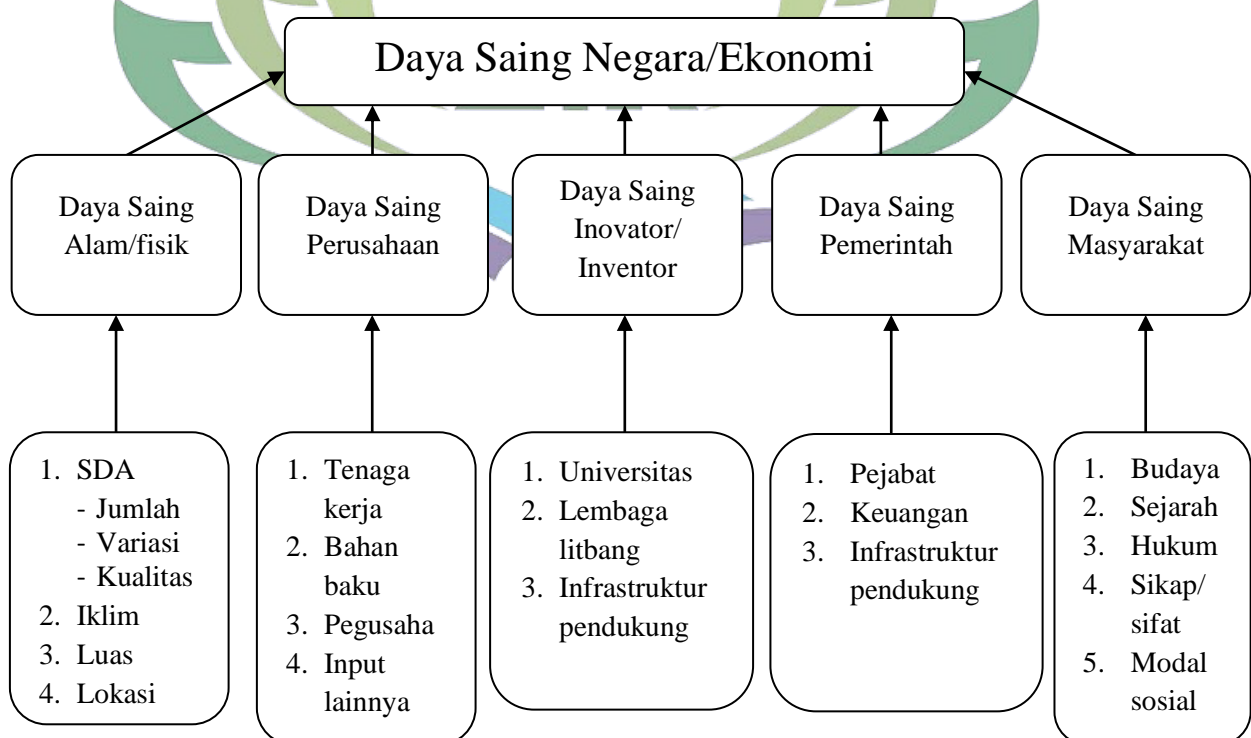
Dong-Sung Cho menjelaskan bahwa bukannya seberapa banyak tingkat sumber daya yang sekarang dimiliki oleh sebuah negara, tetapi siapa yang bisa menciptakan sumber daya dan kapan seharusnya sumber daya itu diciptakan. Dong-Sung Cho kemudian mengembangkan model yang dikenal sebagai model 9 faktor. Beberapa perbedaan antara model berlian yang dikembangkan oleh Porter dibanding dengan model 9 faktor dari Dong-Sung Cho adalah terletak pada keberadaan 4 faktor, yaitu meliputi tenaga kerja, birokrasi dan politisi, kewirausahaan dan manajer, teknisi serta perancang profesional. Juga faktor akses dan kesempatan dalam melakukan sesuatu bagi masyarakat merupakan faktor tidak kalah penting dalam mempertajam daya saing internasional.

Dengan demikian, dari rangkaian kualitas tenaga kerja, birokrasi yang andal (aparatur pemerintah), dan politisi yang profesional dan mampu menciptakan kebijakan yang kondusif bagi pengembangan daya saing suatu negara, khususnya bagi jajaran politisi dan birokrasi diperlukan faktor integritas dan jujur, yang

merupakan prasyarat utama dalam pengembangan daya saing. Semua faktor tersebut saling kait mengait untuk menentukan ketajaman tingkat kompetisi suatu negara.²⁷

c. Konsep Daya Saing

Kekuatan daya saing sebuah bangsa/negara/ekonomi ditentukan oleh kekuatan pondasinya, dan terakhir ini ditentukan oleh sejumlah pilar (Gambar 3) yang masing-masing mempunyai daya saingnya sendiri. Jika daya saing dari satu pilar rendah, maka pondasi tersebut akan miring yang pada akhirnya akan merobohkan atau menurunkan tingkat daya saing negara. Pilar-pilar tersebut adalah sebagai berikut.²⁸



Gambar 3. Pilar-pilar utama penentu pondasi dasar daya saing negara/ekonomi.

²⁷ *Ibid.*, h. 43 – 44.

²⁸ *Ibid.*, h. 236.

- 1) Alam/fisik: secara alami, Indonesia mempunyai daya saing yang jauh lebih tinggi dibandingkan misalnya Singapura. Pertama, wilayah daratan maupun lautan Indonesia jauh lebih luas daripada Singapura. Kedua, karena luasnya wilayah, Indonesia memiliki banyak SDA. Dalam literatur klasik mengenai perdagangan internasional, faktor alam ini termasuk keunggulan komparatif yang dimiliki Indonesia.
- 2) Perusahaan: pemain terdepan di dalam persaingan adalah perusahaan. Daya saing perusahaan ditentukan oleh daya saing dari masing-masing *inputnya*, yaitu daya saing pengusahanya, daya saing pekerjanya, daya saing *input-input* lainnya.
- 3) Inovator/inventor: daya saing sebuah negara atau perusahaan tidak lepas dari kegiatan inovasi, dan yang terakhir ini sangat ditentukan oleh kreativitas, keuletan dan pengetahuan dari orang-orang yang disebut inovator atau inventor.
- 4) Pemerintah: walaupun pemerintah pada dasarnya hanya mengeluarkan kebijakan atau peraturan dan membangun infrastruktur, sekolah dan rumah sakit, pemerintah di suatu negara juga harus bersaing dengan pemerintah-pemerintah di negara-negara pesaingnya.
- 5) Masyarakat: negara-negara maju seperti AS, Jerman, Jepang dan lainnya menunjukkan bahwa juga memiliki masyarakat yang berdaya saing tinggi. Hal ini bisa diukur dengan berbagai macam indikator seperti kedisiplinan, kepatuhan masyarakat dalam berkendara,

menjaga kebersihan, serta keseriusan dan keuletan dalam belajar, berolah-raga dan lain-lain.²⁹

B. *Gross Domestic Product (GDP)*

1. Pengertian GDP

Produk Domestik Bruto (PDB) atau *Gross Domestic Product (GDP)* didefinisikan sebagai total pendapatan yang dihasilkan semua orang baik warga negara sendiri maupun warga negara asing dari semua barang dan jasa di dalam suatu negara. PDB mengukur nilai semua barang dan jasa yang dihasilkan di dalam negeri (domestik) tanpa membedakan kepemilikan/kewarganegaraan dalam periode tertentu. Warga negara yang bekerja di negara lain, pendapatannya tidak dimasukkan dalam perhitungan PDB. Biasanya untuk negara-negara yang sedang berkembang nilai PDB lebih besar dari nilai PNB, karena penanaman modal asing (PMA) lebih banyak daripada hasil produk warga negaranya di luar negeri.³⁰

Menurut pendekatan pendapatan, GDP adalah jumlah balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang turut serta dalam proses produksi di wilayah suatu negara dalam jangka satu tahun. Sedangkan menurut pendekatan pengeluaran, GDP adalah jumlah seluruh komponen akhir yang meliputi pengeluaran konsumsi rumah tangga dan lembaga swasta yang tidak mencari keuntungan, pembentukan modal terhadap domestik bruto dan perubahan stok, pengeluaran konsumsi pemerintah, dan

²⁹ *Ibid.*, h. 237.

³⁰ Ali Ibrahim Hasyim, *Ekonomi Makro*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2016), h. 9 – 10.

ekspor netto, yaitu ekspor yang dikurangi impor, dalam jangka waktu setahun.³¹

Gross Domestic Product (GDP) menghitung hasil produksi suatu perekonomian tanpa memerhatikan siapa pemilik faktor produksi tersebut. Semua faktor produksi yang berlokasi dalam perekonomian tersebut *output*-nya diperhitungkan dalam GDP. Akibatnya, PDB kurang memberikan gambaran tentang berapa sebenarnya *output* yang dihasilkan oleh faktor-faktor produksi milik perekonomian domestik.³²

Berikut adalah tiga cara pendekatan perhitungan GDP atau PDB.³³

a. Pendekatan Pendapatan

Pendekatan pendapatan adalah metode atau cara menghitung PDB dengan menghitung pendapatan seperti upah, sewa, bunga dan laba yang diterima oleh setiap faktor produksi dalam menghasilkan barang akhir.

Rumus:

$$\text{PDB} = \text{Pendapatan nasional} + \text{Depresiasi} + (\text{Pajak Tidak Langsung} - \text{Subsidi}) + \text{Pembayaran Faktor Netto Kepada Luar Negeri}.$$

³¹ Lutvi Fauziana dkk, "Keterkaitan Investasi Modal Terhadap GDP Indonesia". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 3 No. 2 (Juni 2014), h. 374.

³² Prathama Rahardja, Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Jakarta : Fakultas Ekonomi UI, 2008), h. 235.

³³ Nisrina Mustika, "Definisi Produk Domestik Bruto atau *Gross Domestic Product* ", (on – line) tersedia di: <https://www.google.com/amp/s/www.finansialku.com/produk-domestik-bruto/> (10 agustus 2020).

Komponen pendekatan pendapatan:

- Pendapatan nasional adalah total pendapatan yang diterima oleh faktor produksi di dalam suatu negara. Pendapatan nasional meliputi keuntungan perusahaan, kompensasi pegawai, bunga bersih, dan pendapatan sewa.
- Depresiasi atau penyusutan dari modal aktiva, disebut dengan penurunan nilai.
- Pajak tidak langsung, misalnya pajak penjualan, bea cukai, biaya lisensi. Subsidi adalah pembayaran oleh pemerintah tanpa memperoleh imbalan barang atau jasa.
- Pembayaran faktor netto untuk luar negeri adalah pembayaran pendapatan atas faktor produksi untuk luar negeri dikurangi penerimaan pendapatan faktor dari luar negeri.³⁴

b. Pendekatan Pengeluaran

Pendekatan pengeluaran adalah cara menghitung PDB dengan mengukur jumlah pengeluaran atas semua barang akhir pada kurun waktu tertentu (umumnya satu tahun).

Rumus:

$$\text{PDB} = \text{konsumsi} + \text{Investasi} + (\text{Konsumsi dan Investasi Pemerintah}) + (\text{Ekspor} - \text{Impor}).$$

³⁴ *Ibid.*

Komponen pendekatan pengeluaran:

- Konsumsi pada PDB adalah konsumsi dari rumah tangga atau pribadi, yaitu jasa, barang tahan lama, barang tidak tahan lama.
- Investasi dari rumah tangga atau perusahaan untuk modal baru, misalnya pabrik, persediaan, peralatan, dan lainnya.
- Konsumsi dan investasi pemerintah meliputi pemerintah federal, negara bagian, pemerintah lokal, untuk memberi jasa dan barang-barang akhir.
- Ekspor netto merupakan selisih antara ekspor dan impor. Komponen ini ditambahkan karena PDB hanya menghitung barang dan jasa domestik.³⁵

c. Pendekatan Produksi

Pendekatan produksi adalah cara menghitung PDB suatu negara dengan mengukur nilai produksi yang dihasilkan oleh faktor-faktor produksi pada suatu negara, baik itu warga negara sendiri maupun milik warga asing.

Rumus:

$$\text{PDB} = \text{Sewa} + \text{Upah} + \text{Bunga} + \text{Laba}.$$

Unit-unit produksi tersebut dalam penyajian ini dikelompokkan menjadi 9 lapangan usaha (sektor) yaitu:

- Pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan.
- Pertambangan dan penggalan.

³⁵ *Ibid.*

- Industri pengelolaan.
- Listrik, gas dan air bersih.
- Konstruksi.
- Perdagangan, hotel, dan restoran.
- Pengangkutan dan komunikasi.
- Keuangan, *real estate*, dan jasa perusahaan.
- Jasa-jasa termasuk jasa pelayanan pemerintah.³⁶

2. Teori GDP

Gross Domestic Product atau Produk Domestik Bruto adalah salah satu indikator untuk mengukur capaian penambahan *output* dalam upaya peningkatan kapasitas produksi yang biasa dikenal dengan pengukuran pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara.³⁷ Schumpeter berpendapat bahwa seorang pengusaha memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Pengusaha sebagai golongan yang secara terus-menerus melakukan pembaharuan dan inovasi dalam kegiatan ekonomi yang menciptakan investasi baru, seperti barang-barang baru, meningkatkan efisiensi dalam memproduksi suatu barang dan jasa, memperluas pangsa pasar, mengembangkan sumber bahan mentah yang baru, serta pengadaan perubahan-perubahan dalam suatu organisasi.³⁸ GDP menggambarkan pendapatan total dan pengeluaran total nasional pada output barang dan jasa. Jika tingkat pendapatan lebih tinggi maka pembelanjaan domestik menjadi lebih tinggi dan sebagai akibatnya terjadi peningkatan produksi domestik dan impor.

³⁶ *Ibid.*

³⁷ Rahardjo Adisasmita, *Teori-teori Pembangunan Ekonomi Cetakan Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 4

³⁸ Sadono Sukirno, *Makroekonomi: Teori Pengantar Edisi Ketiga*, h. 433.

3. Konsep GDP

Laju pertumbuhan perekonomian menunjukkan tingkat kenaikan PDB riil. Apabila membicarakan pertumbuhan atau laju pertumbuhan tanpa kualifikasi lain, kita mengartikannya sebagai laju pertumbuhan PDB riil atau PDB riil. Umumnya, seluruh negara di dunia mengalami laju pertumbuhan ekonomi.³⁹

Bila laju pertumbuhan ekonomi tinggi, produksi barang dan jasa meningkat, maka kesempatan kerja juga meningkat dan jumlah yang menganggur berkurang dan ini memungkinkan standar hidup meningkat. Dua alasan adanya pertumbuhan PDB riil atau PDB riil. *Pertama*, jumlah sumber daya – barang modal dan tenaga kerja yang tersedia berubah sepanjang waktu. Baik tenaga kerja maupun stok barang modal sebagai faktor produksi mengalami kenaikan, sehingga produksi barang dan jasa naik. *Kedua*, efisiensi kerja faktor produksi mengalami kenaikan, akibat perubahan pengetahuan dan pengalaman, sehingga tugas-tugas berjalan secara baik.⁴⁰

4. Hubungan GDP terhadap Ekspor

GDP perkapita merupakan pendapatan rata-rata penduduk disuatu negara pada waktu tertentu yang dapat digunakan sebagai salah satu indikator untuk mengukur tingkat konsumsi atau kemampuan daya beli suatu negara atas barang dan jasa. GDP perkapita yang tinggi

³⁹ Ali Ibrahim Hasyim, *Ekonomi Makro*....., h. 14.

⁴⁰ *Ibid.*, h. 13.

mengindikasikan bahwa negara tersebut dapat dijadikan peluang jangkauan pasar bagi kegiatan ekspor.⁴¹

Hal ini dibuktikan oleh suatu penelitian yang berjudul analisis tingkat daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor tembakau ke Jerman yang dilakukan oleh Dinan Arya Putra. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa variabel yang salah satunya adalah variabel GDP. Hasil dari penelitian ini mengemukakan bahwa GDP Jerman berpengaruh terhadap ekspor tembakau Indonesia.⁴² Berpengaruhnya GDP Jerman terhadap ekspor tembakau Indonesia ke Jerman sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa GDP perkapita yang tinggi mengindikasikan bahwa negara tersebut dapat dijadikan peluang jangkauan pasar bagi kegiatan ekspor. Sesuai dengan penelitian tersebut, semakin tinggi GDP Jerman maka semakin besar peluang negara tersebut dijadikan sebagai pangsa ekspor.

C. Nilai Tukar

1. Pengertian Nilai Tukar

Nilai tukar mata uang merupakan perbandingan nilai dua mata uang yang berbeda atau dikenal dengan sebutan kurs. Nilai tukar atau kurs (*foreign exchange rate*) dapat didefinisikan sebagai harga mata uang suatu negara relatif terhadap mata uang negara lain. Karena nilai tukar ini

⁴¹ Mia Ayu Wardani, Sri Mulatsih, "Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Ekspor Ban Indonesia Ke Kawasan Amerika Latin". *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, Vol. 6 No. 1 (Juli 2017), h. 85.

⁴² Dinan Arya, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Tembakau Indonesia ke Jerman". *Economics Development Analysis Journal*, Vol. 2 No. 3 (Agustus 2013), h. 43

mencakup dua mata uang, maka titik keseimbangan ditentukan oleh sisi penawaran dan permintaan dari kedua mata uang tersebut, atau dengan kata lain nilai tukar adalah sejumlah uang dari suatu mata uang tertentu yang dapat dipertukarkan dengan satu unit mata uang negara lain.⁴³

Nilai tukar didasari dua konsep, pertama konsep nominal merupakan konsep untuk mengukur perbedaan harga mata uang yang menyatakan berapa jumlah mata uang suatu negara yang diperlukan guna memperoleh sejumlah mata uang dari negara lain. Kedua, konsep riil yang dipergunakan untuk mengukur daya saing komoditi ekspor suatu negara di pasar internasional.

Nilai tukar spot: tingkat nilai tukar di mana penyerahan barang dilakukan bersamaan dengan saat transaksi disetujui. Nilai tukar *forward*: tingkat nilai tukar yang dipakai di mana penyerahan barang dilakukan kemudian setelah transaksi, tetapi harga yang dipakai saat transaksi terjadi. Nilai tukar spot juga dibedakan antara tingkat nilai tukar jual dan nilai tukar beli. Kedua jenis nilai tukar atau nilai tukar tersebut menimbulkan perbedaan yang disebut '*spread*'. Besar-kecilnya *spread* ditentukan oleh efisiensi dan aktivitas dari lembaga perantara di pasar valuta asing.⁴⁴

2. Teori Nilai Tukar

Teori *purchasing power parity* atau paritas daya beli dikemukakan oleh Gustav Basel yang menyatakan bahwa perbandingan nilai suatu mata

⁴³ Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*, (Jakarta: Erlangga, 2014), h. 168.

⁴⁴ Hendra Halwani, *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi Edisi Kedua*....., h.

uang lain ditentukan oleh tenaga beli uang tersebut di masing-masing negara. Dasar teorinya bahwa, perbandingan nilai satu mata uang dengan mata uang lain ditentukan oleh tenaga beli uang tersebut (terhadap barang dan jasa) di masing-masing negara. Perubahan nilai tukar di dalam pasar bebas tergantung pada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap valas dan penawaran terhadap valas. Permintaan dan penawaran terhadap suatu valas inilah yang menentukan tinggi rendahnya nilai tukar mata uang asing tersebut.⁴⁵

Permintaan terhadap valuta asing menggambarkan tentang besarnya jumlah valuta asing tertentu yang diinginkan oleh penduduk suatu negara guna melakukan transaksi pembayaran ke luar negeri, sedangkan penawaran terhadap valuta asing menggambarkan tentang besarnya jumlah valuta asing tertentu yang ditawarkan oleh penduduk suatu negara, penawaran valuta asing berasal dari ekspor, di dalam pasar suatu barang, harga ditentukan pada keadaan dimana penawaran dan permintaan barang mencapai keseimbangan.⁴⁶

3. Macam-macam Nilai Tukar

a. Nilai Tukar Nominal

Nilai tukar nominal adalah harga relatif mata uang di antara 2 negara, dinyatakan dalam nilai mata uang domestik per mata uang asing (misalnya, 1 USD = 9800 Rupiah). Selain depresiasi maupun apresiasi,

⁴⁵ Ribka BR Silitonga dkk, "Pengaruh ekspor, impor, dan inflasi terhadap nilai tukar rupiah di Indonesia". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 15 No.1, (Juni 2017), h. 55.

⁴⁶ *Ibid.*, h.56

dalam nilai tukar juga dikenal istilah devaluasi dan revaluasi. Devaluasi merupakan penurunan nilai tukar satu mata uang domestik, misalnya rupiah relatif terhadap mata uang asing tertentu, misalnya USD, yang disebabkan oleh kebijakan pemerintah. Devaluasi terjadi apabila harga mata uang asing dalam sistem nilai tukar tetap dinaikkan oleh tindakan resmi. Devaluasi hanya dapat terjadi apabila nilai rupiah dikaitkan terhadap USD dan pemerintah dengan sengaja mengubah nilai rupiah relatif terhadap USD. Apabila pemerintah tidak mengaitkan rupiah terhadap USD dan perubahan nilai tukar terjadi dengan sendirinya, istilah ini tidak berlaku lagi. Dengan demikian, istilah devaluasi hanya berlaku dalam sistem nilai tukar tetap di mana suatu mata uang domestik dikaitkan dengan mata uang asing tertentu.⁴⁷

Perubahan nilai tukar juga dapat disebabkan oleh mekanisme penawaran dan permintaan pasar. Penurunan nilai tukar mata uang domestik, misalnya rupiah relatif terhadap mata uang asing, misalnya USD, yang disebabkan gerakan permintaan dan penawaran terhadap rupiah dan USD di pasar valuta asing disebut depresiasi. Istilah depresiasi ini berlaku dalam sistem nilai tukar mengambang di mana pemerintah tidak mengaitkan mata uang domestik dengan mata uang asing tertentu. Pemerintah juga tidak dapat mengubah nilai relatif mata uang asing tertentu. Apresiasi merupakan lawan dari depresiasi. Apresiasi merupakan kenaikan nilai tukar satu mata uang domestik

⁴⁷ Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*....., h. 178.

relatif terhadap mata uang asing tertentu. Sama dengan depresiasi, istilah apresiasi hanya berlaku dalam sistem nilai tukar mengambang.⁴⁸

b. Nilai Tukar Riil

Nilai tukar riil adalah harga relatif dari suatu barang di antara 2 negara. Dengan demikian, nilai tukar riil menunjukkan suatu nilai tukar barang di suatu negara dengan negara lain (*term of trade*). Nilai tukar riil (*Real Exchange Rate*) dapat mengukur daya saing suatu negara di arena perdagangan internasional. Hinkle menyebutkan *Real Exchange Rate* (RER) sebagai *Bilateral Real Exchange Rate* (BRER). Ukuran ini dinyatakan dalam bentuk rasio harga-harga barang di luar negeri, dinyatakan dalam satuan mata uang lokal, relatif terhadap harga-harga barang di dalam negeri (penentuan nilai tukar ini dikenal dengan fungsi *Purchasing Power Parity/PPP*).⁴⁹

c. Nilai Tukar Efektif Riil

Hinkle pada tahun 1999 menyebutkan *Real Effective Exchange Rate* (REER) sebagai *Multilateral Real Exchange Rate* (MRER). Nilai tukar efektif merupakan pengukuran nilai tukar yang didasarkan pada rata-rata nilai tukar suatu mata uang riil terhadap seluruh atau sejumlah mata uang asing. Sebagai angka rata-rata, biasanya dalam menghitung

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ *Ibid.*

nilai tukar efektif tersebut dipergunakan suatu bobot atas suatu mata uang tertentu.⁵⁰

d. Nilai Tukar Keseimbangan Fundamental

Fundamental Equilibrium Exchange Rate (FEER) ialah pengukuran nilai tukar yang berdasarkan pada fundamental suatu negara. Pendekatan FEER ini dikemukakan pertama kali oleh Williamson pada tahun 1994. Menurutnya, pendekatan FEER melalui *macroeconomic balance* membentuk suatu kerangka untuk menghitung nilai tukar equilibrium pada saat terjadinya keseimbangan internal dan eksternal. Oleh sebab itu, pendekatan ini lebih bersifat normatif dan jangka menengah panjang.⁵¹

e. Nilai Tukar Keseimbangan Perilaku

Behavioral Equilibrium Exchange Rate (BEER) ialah nilai tukar yang diukur atas perilaku-perilaku pasar, baik yang bersifat fundamental maupun non-fundamental, seperti tingkat resiko suatu negara. Pendekatan ini pertama kali dikemukakan oleh Clerk dan MacDonald pada tahun 1998. Pendekatan ini menjelaskan bahwa model BEER merupakan salah satu turunan model yang dapat menangkap baik pengaruh faktor fundamental ekonomi maupun non-ekonomi. BEER adalah model yang menambahkan *country risk* sebagai faktor non-

⁵⁰ *Ibid.*, h. 179.

⁵¹ *Ibid.*, h. 180.

ekonomi yang akan mempengaruhi keseimbangan nilai tukar. Pendekatan ini juga memperhatikan perilaku nilai tukar riil efektif untuk memperoleh nilai tukar keseimbangan yang mencerminkan kondisi fundamental perekonomian.⁵²

4. Jenis Transaksi Nilai Tukar

a. Transaksi *Spot*

Transaksi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi di pasar antarbank dikatakan spot apabila pembelian valuta asing dengan pengiriman dan pembayaran antarbank dilaksanakan setelah hari kerja kedua. Nilai tukar *spot* (*spot exchange rate*) adalah nilai tukar nominal pada hari tersebut/nilai nilai tukar pada mata uang asing terhadap mata uang domestik tertentu pada saat terjadi transaksi. Transaksi spot merupakan transaksi valuta asing dengan penyerahan (*delivery*) saat itu juga (secara teoritis, meskipun dalam praktik transaksi spot diselesaikan dalam waktu dua atau tiga hari). Dalam pasar spot menurut Kuncoro pada tahun 2001 dibedakan menjadi tiga jenis transaksi, yaitu:

- 1) *Cash*, di mana pembayaran satu mata uang dan pengiriman mata uang lain diselesaikan pada hari yang sama.
- 2) *Tom* (kependekan dari *tommorrow* atau besok), di mana pengiriman dilakukan pada hari berikutnya.
- 3) *Spot*, di mana pengirim diselesaikan dalam tempo 48 jam setelah perjanjian.

Tanggal penyelesaian disebut sebagai “*value date*/tanggal nilai”.

Pada tanggal nilai, sebagian besar transaksi dollar di dunia diselesaikan

⁵² *Ibid.*, h. 180.

melalui komputer di *Clearing House Interbank Settlement* (CHIPS) di New York yang menyediakan transaksi perhitungan saldo bersih utang dari suatu bank ke bank lainnya. Di pusat pembayaran ini transaksi spot adalah tipe pembayaran yang paling penting dalam transaksi. Transaksinya merupakan 47,3% dari seluruh transaksi dalam survei.⁵³

b. Transaksi *Forward Outright*

Transaksi *forward outright* (biasanya hanya disebut “*forward*”) membutuhkan pengiriman pada tanggal yang akan datang dari sejumlah tertentu nilai mata uang untuk sejumlah tertentu mata uang lain. Nilai tukar ditetapkan pada saat perjanjian, tetapi pembayaran dan pengiriman tidak dilakukan hingga jatuh tempo. Transaksi *forward* dalam valuta asing merupakan transaksi dengan penyerahan pada beberapa waktu mendatang sejumlah mata uang tertentu, berdasarkan jumlah mata uang tertentu yang lain. Transaksi *forward* biasanya terjadi bila eksportir, importir, atau pelaku ekonomi lain yang terlibat dalam pasar valas harus membayar atau menerima sejumlah mata uang asing pada suatu tanggal tertentu di masa mendatang.

Nilai tukar *forward* adalah nilai tukar yang disepakati saat ini untuk diselesaikan/diserahkan beberapa hari kemudian. Hal ini karena pelaku-pelaku ekonomi tidak mengetahui berapa nilai tukar spot dalam 1 minggu, bulan, tahunan atau masa yang akan datang. Nilai tukar *forward*

⁵³ Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*....., h. 181.

untuk tanggal tertentu di masa depan biasanya digunakan sebagai perkiraan nilai tukar spot di masa depan. Nilai tukar *forward* biasanya mudah diakses sehingga dapat digunakan sebagai prediksi yang mudah dan bebas biaya. Dengan adanya fluktuasi pada pasar valuta asing, sulit untuk meramalkan nilai mata uang. Menurut Madura pada tahun 2006 nilai tukar *forward* umumnya lebih akurat untuk memprediksi nilai tukar dalam jangka pendek dibandingkan memprediksi nilai tukar untuk jangka panjang.⁵⁴

c. Transaksi Swap

Transaksi *swap* merupakan transaksi *spot* bersamaan dengan kontrak *forward* terkait yang pada akhirnya akan membalik transaksi *spot* tersebut. Sebuah transaksi swap di pasar antarbank adalah pembelian dan penjualan secara simultan dari jumlah yang diberikan valuta untuk dua tanggal nilai yang berbeda. Baik pembelian dan penjualan dilakukan dengan rekanan yang sama. Jenis umum dari swap adalah “*spot terhadap forward*”. *Dealer* membeli mata uang di pasar spot dan sekaligus menjual jumlah yang sama kembali ke bank yang sama di pasar maju. Karena *swap* dieksekusi sebagai transaksi tunggal dengan satu rekanan, *dealer* tidak menimbulkan resiko valuta asing tak terduga.⁵⁵

⁵⁴ *Ibid.*, h. 182.

⁵⁵ *Ibid.*, h. 183.

5. Sistem Nilai Tukar

a. Nilai Tukar Tetap (*Fixed Exchange Rate*)

Sistem nilai tukar tetap adalah nilai tukar mata uang yang dibuat konstan ataupun hanya diperbolehkan berfluktuasi pada rentang yang sempit. Bila pada suatu saat nilai tukar mulai berfluktuasi terlalu besar, maka pemerintah akan melakukan intervensi untuk menjaga agar fluktuasi tetap berada dalam kisaran yang diinginkan. Tindakan bank sentral dalam melakukan pemotongan nilai mata uangnya disebut sebagai devaluasi, sedangkan tindakan penyesuaian ke atas biasa disebut revaluasi. Keuntungannya, pada kondisi dimana nilai tukar dibuat tetap, sebuah perusahaan internasional dapat melakukan kegiatan bisnisnya tanpa perlu khawatir terhadap perubahan nilai mata uang di kemudian hari. Kelemahannya, terdapat resiko bahwa pemerintah akan melakukan perubahan nilai mata uang secara mendadak dan dapat membuat kondisi ekonomi suatu negara menjadi sangat tergantung dari kondisi ekonomi negara lain.⁵⁶

Lembaga otoritas moneter menetapkan tingkat nilai tukar mata uang domestik terhadap mata uang negara lain pada tingkat tertentu, tanpa memperhatikan penawaran ataupun permintaan valuta asing sehingga mengakibatkan tingkat nilai tukar menjadi lebih rendah ataupun lebih tinggi daripada yang ditetapkan pemerintah, maka pemerintah dalam hal ini akan mengambil tindakan untuk membawa

⁵⁶ Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*....., h. 315.

tingkat nilai tukar ke arah yang telah ditetapkan. Tindakan yang diambil oleh otoritas moneter bisa berupa pembelian ataupun penjualan valuta asing, bila tindakan ini tidak mampu mengatasi dilakukannya penjabatan valuta asing.⁵⁷

b. Nilai Tukar Mengambang (*Floating Exchange Rate*)

Nilai tukar mengambang atau sering disebut *floating exchange rate* adalah di mana tingkat nilai tukar dibiarkan menurut keseimbangan permintaan dan penawaran mata uang asing yang terjadi.⁵⁸ Dalam sistem ini, nilai tukar suatu mata uang diambangkan terhadap mata uang-mata uang asing. Dengan demikian, perubahan nilai tukar ditentukan oleh mekanisme pasar, tanpa harus melibatkan campur tangan pemerintah. Ialah pada sistem tetap tidak diperbolehkan adanya fleksibilitas nilai tukar, sistem mengambang bebas memperbolehkan adanya fleksibilitas secara penuh. Pada kondisi nilai tukar mengambang, nilai tukar akan disesuaikan secara terus-menerus sesuai dengan kondisi penawaran dan permintaan dari mata uang tersebut.⁵⁹

Nilai tukar mengambang harus memenuhi kondisi-kondisi sebagai berikut.

- 1) Mata uang domestik tidak konvertibel dengan emas.
- 2) Penstabilan tingkat nilai tukar hanya dilakukan dengan jalan memengaruhi permintaan dan penawaran valuta asing.
- 3) Tidak ada pembatasan devisa.

⁵⁷ Hendra Halwani, *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi Edisi Kedua*....., h.158.

⁵⁸ *Ibid.*, h. 160.

⁵⁹ Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*....., h. 316.

Sistem pengembangan nilai tukar secara teoritis dibedakan menjadi dua, yaitu pertama, nilai tukar mengambang di mana pemerintah memengaruhi tingkat nilai tukar melalui permintaan dan penawaran valuta asing yang disebut *dirty float*. Kedua, sering disebut dengan *clean float*, di mana pemerintah tidak mencampuri tingkat nilai tukar sama sekali sehingga nilai tukar diserahkan pada penawaran dan permintaan valuta asing.⁶⁰

c. Nilai Tukar Terikat (*Pegged Exchange Rate*)

Sistem nilai tukar terikat adalah sistem di mana mata uang lokal diikatkan nilainya pada sebuah valuta asing atau pada sebuah jenis mata uang tertentu. Nilai mata uang lokal akan mengikuti fluktuasi dari nilai mata uang yang dijadikan ikatan tersebut. Melalui sistem ini nilai mata uang lokal diikatkan pada sebuah valuta asing atau mata uang tertentu. Nilai mata uang lokal akan mengikuti fluktuasi dari mata uang yang dijadikan ikatan tersebut. Banyak negara kecil mengikatkan mata uangnya terhadap Dollar AS.

Beberapa negara menggunakan sistem ini, di mana nilai mata uang mereka diikatkan ke satu atau lebih mata uang asing. Nilai mata uang negara tersebut kemudian menjadi tetap dalam unit mata uang asing

⁶⁰ Hendra Halwani, *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi Edisi Kedua.....*, h.160.

yang diikat, namun nilainya akan bergerak sejalan dengan nilai mata uang asing lainnya.⁶¹

6. Hubungan Nilai Tukar Terhadap Ekspor

Sistem nilai tukar mengambang berlaku suatu hubungan di mana depresiasi atau apresiasi mata uang akan mengakibatkan perubahan keatas ekspor maupun impor. Jika nilai tukar mengalami depresiasi, yaitu nilai mata uang dalam negeri menurun dan berarti nilai mata uang asing bertambah tinggi nilai tukarnya (harganya) akan menyebabkan ekspor meningkat dan impor cenderung menurun. Jadi, nilai tukar valuta asing mempunyai hubungan yang searah dengan volume ekspor. Apabila nilai nilai tukar meningkat maka ekspor juga akan meningkat.⁶²

Pada sebuah penelitian yang dilakukan oleh Supriani Sidabalok dalam judul penelitian analisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor komoditas teh Indonesia yang menggunakan beberapa variabel, salah satunya adalah variabel nilai tukar. Hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut adalah nilai tukar berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah ekspor teh Indonesia.⁶³ Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang mengemukakan apabila nilai nilai tukar meningkat maka nilai ekspor juga meningkat.

⁶¹ Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*....., h. 318.

⁶² Ali Wardhana, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Nonmigas Indonesia Ke Singapura Tahun 1990 – 2010". *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 12 No. 2 (Oktober 2011), h. 100.

⁶³ Supriani Sidabalok, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Komoditas Teh Indonesia". *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, Vol. 2 No. 2 (2017), h. 295.

D. Harga Komoditas Ekspor

1. Pengertian Harga

Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter.⁶⁴ Harga suatu barang ekspor merupakan variabel penting dalam merencanakan perdagangan internasional. Di pasar luar negeri, harga barang ekspor berhadapan dengan persaingan, berapa besarnya harga barang di pasar luar negeri. Produsen eksportir dari dalam negeri tanpa campur tangan pemerintah, tidak mempunyai posisi yang kuat dalam menentukan harga. Hal yang paling pokok adalah komponen biaya membangun pabrik, biaya pengoperasian dan biaya pemeliharaan.⁶⁵ Harga merupakan hal yang terpenting dalam bisnis karena suatu barang yang dijual harus ditentukan harganya sehingga seluruh pihak bisa memperoleh keuntungan dan juga mendapatkan hasil yang memuaskan karena penetapan harga yang pas.

2. Teori Harga

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Hukum permintaan menjelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap

⁶⁴ Vinny Azaria, Adi Irawan, "Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Rupiah, dan Harga terhadap Volume Ekspor Indonesia Komoditas Kelautan dan Perikanan Menurut Provinsi (Periode 2012 – 2014). *Journal Of Applied Managerial Accounting*, Vol. 3 No. 1 (Maret 2019), h.3.

⁶⁵ Harry Waluya, *Ekonomi Internasional*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), h. 75.

barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

Sifat hubungan seperti itu disebabkan karena kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Yang kedua, kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang, dan terutama barang yang mengalami kenaikan harga.⁶⁶

3. Tujuan Penetapan Harga

Harga barang untuk tujuan ekspor dapat ditentukan berdasarkan tujuan-tujuan, sebagai berikut:⁶⁷

a. Memaksimalkan efisiensi ekonomi

Dalam hal ekonomi, perusahaan bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, maka harga harus sama dengan biaya marginal (*marginal cost*). Dengan demikian dapat diperoleh laba yang maksimal.

⁶⁶ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), h. 76.

⁶⁷ Harry Waluya, *Ekonomi Internasional.....*, h. 79 – 80.

b. Menutupi biaya-biaya

Tujuan perusahaan adalah untuk memperoleh kembali biaya investasi dan mampu menutupi biaya-biaya operasi, maka harga harus tepat.

c. Mendistribusikan pendapatan

Harga dapat ditentukan untuk menyebarluaskan produk hasil industri dalam negeri. Dengan demikian, penentuan harga sedemikian rupa agar semua lapisan pembeli dapat memperoleh barang yang dibutuhkan.

d. Memperoleh penghasilan

Tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memperoleh laba setinggi mungkin, maka harga harus ditetapkan sedemikian tinggi sampai pada batas sensitivitas pembeli di mana tidak mau membeli bila harga barang lebih tinggi lagi.

e. Membatasi permintaan

Tujuan untuk membatasi hasil produksi yang langka, maka sejumlah pembeli tertentu akan dikeluarkan dengan cara penentuan harga yang hanya dapat dijangkau oleh pembeli golongan atas saja.

4. Peran Harga bagi Perekonomian

Penetapan harga merupakan keputusan kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non-profit. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi

organisasi. Namun, keputusan mengenai harga tidak mudah dilakukan. Di satu sisi harga yang terlalu mahal bisa meningkatkan laba jangka pendek, tetapi di sisi lain akan sulit dijangkau konsumen dan sukar bersaing dengan kompetitor. Dalam kasus tertentu, harga yang terlampaui mahal bisa diprotes lembaga konsumen dan bahkan mengundang campur tangan pemerintah untuk menurunkannya. Selain itu, margin laba yang besar cenderung menarik pesaing untuk masuk ke industri yang sama. Sedangkan bila harga terlalu murah, pangsa pasar bisa melonjak, namun margin kontribusi dan laba bersih yang diperoleh akan berkurang. Selain itu, sebagian konsumen bisa saja mempersepsikan kualitasnya jelek.⁶⁸

Lebih lanjut, harga berperan penting secara makro (bagi perekonomian secara umum) dan secara mikro (bagi konsumen dan perusahaan).

- Bagi perekonomian. Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi, seperti tenaga kerja, tanah, modal, waktu dan kewirausahaan (*entrepreneurship*). Tingkat upah yang tinggi menarik tenaga kerja, tingkat bunga yang tinggi menjadi daya tarik bagi investasi modal, dan seterusnya. Sebagai alokator sumber daya, harga menentukan apa yang akan diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan membeli barang dan jasa yang dihasilkan (permintaan).

⁶⁸ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa prinsip, penerapan dan penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), h. 192.

- Bagi konsumen. Dalam penjualan ritel ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk) ada pula yang tidak. Mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain (seperti citra, merek, lokasi toko, layanan, nilai (*value*), fitur produk dan kualitas). Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas produk seringkali dipengaruhi oleh harga. Dalam beberapa kasus, harga yang mahal dianggap mencerminkan kualitas tinggi, terutama dalam kategori *specialty products*.
- Bagi perusahaan. Dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk, distribusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Harga produk adalah determinan utama bagi permintaan pasar atas produk yang bersangkutan. Harga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan. Dampaknya, harga berpengaruh pada pendapatan dan laba bersih perusahaan. Singkat kata, perusahaan mendapatkan penghasilan melalui harga yang ditetapkan.⁶⁹

⁶⁹ *Ibid.*

5. Penetapan Harga

a. Konsep Penetapan Harga

Harga bukan hanya angka-angka di label harga. Harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi. Sewa, ongkos, upah/fee, bunga, tarif, biaya penyimpanan, gaji, dan komisi semuanya merupakan harga yang harus dibayar mendapatkan barang atau jasa. Harga juga terdiri dari beberapa komponen.

Sepanjang sejarah harga ditetapkan melalui negosiasi antara pembeli dan penjual. Tawar-menawar masih sering dilakukan di beberapa bidang. Menetapkan satu harga untuk semua pembeli adalah ide yang relatif modern yang timbul bersama perkembangan perdagangan eceran skala besar pada akhir abad ke sembilanbelas. F.W. Woolworth, Tiffany and Co., John Wanamaker, dan lainnya mengiklankan “kebijakan satu harga yang ketat”, karena mereka menjual begitu banyak barang dan mengawasi begitu banyak karyawan.

Dulu, harga beroperasi sebagai determinan utama pilihan pembeli. Konsumen dan agen pembelian mempunyai lebih banyak akses pada informasi harga dan pemberi diskon harga. Konsumen menekankan pengecer untuk menurunkan harga mereka. Pengecer menekan produsen untuk menurunkan harga mereka. Hasilnya adalah pasar yang ditentukan karakternya oleh diskon besar-besaran dan promosi penjualan.⁷⁰

⁷⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi ketiga belas*, (Jakarta : Erlangga, 2008), h. 68.

b. Langkah-Langkah Menetapkan Harga

Perusahaan harus menetapkan harga pada saat pertama kali mereka mengembangkan produk baru, ketika perusahaan memperkenalkan produk regulernya ke saluran distribusi atau wilayah geografis baru, dan ketika perusahaan memasukkan penawaran pekerjaan kontrak baru. Perusahaan harus memutuskan di mana perusahaan akan memposisikan produknya berdasarkan kualitas dan harga.

Perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menentukan kebijakan penetapan harganya. 1) memilih tujuan penetapan harga, 2) menentukan permintaan, 3) memperkirakan biaya, 4) menganalisis biaya, 5) memilih metode penetapan harga, dan 6) memilih harga akhir.⁷¹

1) Memilih tujuan penetapan harga

Mula-mula perusahaan memutuskan di mana perusahaan ingin memposisikan penawaran pasarnya. Semakin jelas tujuan perusahaan, semakin mudah perusahaan menetapkan harga.

2) Menentukan Permintaan

Setiap harga akan mengarah ke tingkat permintaan yang berbeda dan karena itu akan memiliki berbagai dampak pada tujuan pemasaran perusahaan. Dalam kasus normal, keduanya berhubungan terbalik: semakin tinggi harga, semakin rendah

⁷¹ *Ibid.*, h. 76.

permintaan. Dalam kasus barang-barang beregensi, kurva permintaan kadang-kadang bergerak naik.⁷²

3) Memperkirakan Biaya

Permintaan menetapkan batas atas harga yang dapat dikenakan perusahaan untuk produknya. Biaya menetapkan batas bawah. Perusahaan ingin menetapkan harga yang dapat menutupi biaya produksi, distribusi dan penjualan produk, termasuk tingkat pengembalian yang wajar untuk usaha dan resikonya. Tetapi, ketika perusahaan menetapkan harga produk yang dapat menutupi biaya penuh mereka, profitabilitas tidak selalu menjadi hasil akhirnya.⁷³

4) Menganalisis Biaya, Harga, dan Penawaran Barang

Dalam kisaran kemungkinan harga yang ditentukan oleh permintaan pasar dan biaya perusahaan, perusahaan harus memperhitungkan biaya, harga, dan kemungkinan reaksi harga pesaing. Mula-mula perusahaan harus mempertimbangkan harga pesaing terdekat. Jika penawaran perusahaan mengandung fitur-fitur yang tidak ditawarkan oleh pesaing terdekat, perusahaan harus mengevaluasi nilai mereka bagi pelanggan dan menambahkan nilai itu ke harga pesaing. Jika penawaran pesaing mengandung beberapa fitur yang tidak ditawarkan oleh perusahaan, perusahaan harus mengurangi nilai mereka dari harga perusahaan. Sekarang

⁷² *Ibid.*, h. 78.

⁷³ *Ibid.*, h. 81.

perusahaan dapat memutuskan apakah perusahaan dapat mengenakan leebih banyak, sama atau kurang dari pesaing.

Pengenalan harga baru atau perubahan harga dapat memprovokasi respons dari pelanggan, pesaing, distributor, pemasok dan bahkan pemerintah. Pesaing sangat mungkin bereaksi ketika jumlah perusahaan hanya sedikit, produk bersifat homogen dan memiliki banyak informasi. Reaksi pesaing bisa menjadi masalah khusus ketika perusahaan-perusahaan ini mempunyai proporsi nilai yang kuat.⁷⁴

5) Memilih Metode Penetapan Harga

Perusahaan memilih metode penetapan harga yang mencakup satu atau lebih dari tiga pertimbangan ini. Terdapat 6 metode penetapan harga: penetapan harga markup, penetapan harga tingkat pengembalian sasaran, penetapan harga nilai anggapan, penetapan harga nilai, penetapan harga *going-rate*, dan penetapan harga jenis lelang.

- a) Penetapan Harga *MarkUp* metode penetapan harga paling mendasar adalah menambah markup standar ke biaya produk.
- b) Penetapan Harga Tingkat Pengembalian Sasaran dalam penetapan harga ini, perusahaan menentukan harga yang akan menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi sasarannya (ROI).

⁷⁴ *Ibid.*, h. 83.

c) Penetapan Harga Nilai Anggapan nilai anggapan terdiri dari beberapa elemen, seperti citra pembeli akan kinerja produk, kemampuan penghantaran dari saluran, kualitas jaminan, dukungan pelanggan, dan atribut yang kurang dominan seperti reputasi pemasok, kepercayaan, dan harga diri. Perusahaan harus menghantarkan nilai yang dijanjikan oleh proporsi nilai mereka, dan pelanggan harus dapat menerima nilai ini menjadi nilai anggapan. Perusahaan menggunakan unsur baruan pemasaran lain, seperti iklan dan tenaga penjualan, untuk mengomunikasikan dan meningkatkan nilai anggapan dalam pikiran pembeli.

d) Penetapan Harga Nilai. Dalam tahun-tahun terakhir, beberapa perusahaan telah menerapkan penetapan harga nilai (*value pricing*): mereka memenangkan pelanggan setia dengan mengenakan harga yang cukup rendah untuk penawaran berkualitas tinggi. Karena itu penetapan harga nilai bukan masalah menetapkan harga murah saja, tetapi juga masalah merekayasa ulang operasi perusahaan agar menjadi produsen biaya murah tanpa mengorbankan kualitas, untuk menarik sejumlah besar pelanggan yang sadar nilai.

e) Penetapan Harga *Going Rate*. Dalam penetapan harga *going rate* perusahaan mendasarkan sebagian besar harganya pada harga pesaing, mengenakan harga yang sama, lebih mahal, atau lebih

murah dibandingkan harga pesaing utama. Dalam industri oligopoli yang menjual komoditas seperti baja, kertas, atau pupuk, semua perusahaan biasanya mengenakan harga yang sama. Penetapan harga ini saat ini cukup populer. Jika biaya sulit diukur atau respon persaingan tidak pasti, perusahaan merasa tingkatan harga saat ini (*going rate*).

f) Penetapan Harga Jenis Lelang. Penetapan harga jenis lelang tumbuh semakin populer terutama dengan pertumbuhan internet. Terdapat 3 jenis lelang utama yaitu:

- Lelang Inggris (tawaran meningkat) satu penjual dan banyak pembeli. Penawar tertinggi mendapatkan barang tersebut.
- Lelang Belanda (tawaran menurun) satu penjual dan banyak pembeli, satu pembeli dan banyak penjual. Pada jenis pertama pelelang mengumumkan harga tinggi untuk sebuah produk dan kemudian perlahan-lahan menurunkan harga sampai penawar menerima harga tersebut. Pada jenis kedua, pembeli mengumumkan sesuatu yang ingin ia beli, dan penjual potensial bersaing untuk mendapatkan penjualan tersebut dengan menawarkan harga terendah.
- Lelang tender tertutup adalah lelang di mana pemasok hanya dapat memberikan satu penawaran dan tidak dapat mengetahui penawaran lain.⁷⁵

⁷⁵ *Ibid.*, h. 85 – 89.

6) Memilih Harga Akhir

Dalam memilih harga, perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor tambahan, termasuk dampak kegiatan pemasaran lain, kebijakan penetapan harga perusahaan, penetapan harga berbagi keuntungan, dan dampak harga pada pihak lain.

Dampak kegiatan pemasaran lain. Harga akhir harus memperhitungkan kualitas terhadap kompetisi. Kebijakan Harga Penetapan Perusahaan. Harga harus konsisten dengan kebijakan penetapan harga perusahaan. Pada saat yang sama, perusahaan tidak menolak untuk menentukan penalti terhadap penetapan harga di bawah keadaan tertentu. Penetapan Harga Berbagi Keuntungan dan Resiko. Penjual mempunyai opsi menawarkan untuk menyerap sebagian atau semua resiko jika tidak menghantarkan nilai.⁷⁶

6. Hubungan Harga Terhadap Ekspor

Harga ekspor suatu produk dipengaruhi oleh adanya permintaan dan juga penawaran.⁷⁷ Dalam teori permintaan dijelaskan bahwa semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang maka

⁷⁶ *Ibid.*, h. 92.

⁷⁷ I Putu Ogi Suparsa, Ni Putu Martini Dewi, "Analisis Daya Saing Ekspor Komoditi Kepiting Provinsi Bali". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 5 No.6 (Juni 2016), h. 657.

semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.⁷⁸ Pada teori penawaran dijelaskan bahwa semakin tinggi harga suatu barang maka semakin banyak jumlah barang yang tersebut akan ditawarkan kepada penjual. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang maka semakin sedikit jumlah barang yang akan ditawarkan.⁷⁹

E. Produksi

1. Pengertian Produksi

Istilah Produksi sering digunakan dalam term membuat sesuatu. Secara khusus, produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah suatu barang atau jasa. Dalam istilah yang lebih luas dan lebih fundamental, produksi dapat diartikan sebagai pengubahan bahan-bahan dari sumber-sumber menjadi hasil yang diinginkan oleh konsumen. Hasil itu dapat berupa barang atau jasa.⁸⁰ Dalam pengertian sederhana, produksi berarti menghasilkan barang atau jasa. Menurut ilmu ekonomi, pengertian produksi adalah kegiatan menghasilkan barang maupun jasa atau kegiatan menambah nilai kegunaan atau manfaat suatu barang.⁸¹

⁷⁸ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), h. 76.

⁷⁹ *Ibid.*, h. 86.

⁸⁰ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 56.

⁸¹ Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam* (Yogyakarta: UIN-Malang Press, 2008), h.157.

2. Teori Produksi

Teori produksi yang sederhana menggambarkan tentang hubungan di antara tingkat produksi suatu barang dengan jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan beberapa tingkat produksi barang tersebut. Dalam analisis tersebut dimisalkan bahwa faktor-faktor produksi lainnya adalah tetap jumlahnya, yaitu modal dan tanah jumlahnya dianggap tidak mengalami perubahan.⁸²

Hukum hasil lebih yang semakin berkurang (*Law of Diminishing Return*) merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari teori produksi. Hukum tersebut menjelaskan sifat pokok dari hubungan di antara tingkat produksi dan tenaga kerja yang digunakan untuk mewujudkan produksi tersebut. *Law of diminishing return* menyatakan bahwa apabila faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya terus menerus ditambah sebanyak satu unit, pada mulanya produksi total akan semakin banyak pertambahannya, tetapi sesudah mencapai suatu tingkat tertentu produksi tambahan akan semakin berkurang dan akhirnya mencapai nilai negatif. Sifat pertambahan produksi ini menyebabkan pertambahan produksi total semakin lambat dan akhirnya ia mencapai tingkat yang maksimum dan kemudian menurun.⁸³

⁸² Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2016), h. 195.

⁸³ *Ibid.*, h. 196.

3. Faktor Produksi

Faktor-faktor produksi dikenal pula dengan istilah input dan jumlah produksi selalu juga disebut sebagai output. Fungsi produksi selalu dinyatakan dengan rumus:

$$Q = f(K, L, R, T)$$

Dimana K adalah stok modal, L adalah jumlah tenaga kerja dan ini meliputi berbagai jenis tenaga kerja dan keahlian keusahawan, R adalah kekayaan alam, dan T adalah tingkat teknologi yang digunakan. Sedangkan Q adalah jumlah produksi yang dihasilkan oleh berbagai jenis faktor-faktor produksi tersebut, yaitu secara bersama digunakan untuk memproduksi barang yang sedang dianalisis sifat produksinya.

Persamaan tersebut merupakan suatu pernyataan matematik yang pada dasarnya berarti bahwa tingkat produksi suatu barang tergantung pada jumlah modal, jumlah tenaga kerja, jumlah kekayaan alam, dan tingkat teknologi yang digunakan. Jumlah produksi yang berbeda-beda dengan sendirinya akan memerlukan berbagai faktor produksi tersebut dalam jumlah yang berbeda-beda juga. Di samping itu, untuk satu tingkat produksi tertentu, dapat pula digunakan gabungan faktor faktor produksi yang berbeda.⁸⁴

⁸⁴ *Ibid.*, h. 195.

4. Hubungan Produksi Terhadap Ekspor

Produksi adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap ekspor. Produksi adalah suatu kegiatan yang mengubah *input* menjadi *output*. Input bisa berupa kapital, tenaga kerja, tanah, dan sumber daya alam, sedangkan output merupakan produk yang telah memiliki nilai tambah setelah produksi. Kualitas dan kuantitas produk yang diproduksi mampu mempengaruhi permintaan dan penawaran ekspor. Produksi adalah faktor yang mempengaruhi penawaran. Tingkat produksi akan berbanding lurus dengan tingkat penawaran. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Luqman Zakariya dkk dalam judul penelitian pengaruh produksi, harga, dan nilai tukar terhadap volume ekspor Hal tersebut yang mendasari hubungan antara produksi biji kakao Indonesia dan volume ekspor biji kakao Indonesia. Kenaikan produksi akan meningkatkan volume ekspor, begitupun juga mengenai penurunan produksi akan menurunkan volume ekspor. Itulah skema dasar relasi produksi biji kakao Indonesia dan volume ekspor biji kakao Indonesia.⁸⁵

F. Ekspor

1. Pengertian Ekspor

Ekspor adalah penjualan barang ke luar negeri dengan menggunakan sistem pembayaran, kualitas, kuantitas dan syarat penjualan lainnya yang telah disetujui oleh pihak eksportir dan importir. Proses

⁸⁵ Muhammad Luqman Zakariya dkk, "Pengaruh Produksi, Harga, Dan Nilai Tukar Terhadap Volume Ekspor (Studi Pada Volume Ekspor Biji Kakao Indonesia Periode Januari 2010-Desember 2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 40 No.2 (November 2016), h. 140.

ekspor pada umumnya adalah tindakan untuk mengeluarkan barang atau komoditas dari dalam negeri untuk memasukannya ke negara lain. Pada umumnya dalam melakukan perdagangan ekspor barang secara besar umumnya membutuhkan campur tangan dari bea cukai di negara pengirim maupun penerima. Ekspor adalah bagian penting dari perdagangan internasional, pengaruh ekspor terhadap perdagangan internasional dan perkembangan ekonomi sebuah negara sangat besar.⁸⁶

Banyak orang, institusi pemerintah, atau perusahaan yang melakukan aktivitas penjualan barang ke luar negeri. Kegiatan tersebut disebut ekspor, dan orang atau badan yang melakukannya dinamakan eksportir. Tujuan eksportir adalah untuk memperoleh keuntungan. Harga barang-barang yang diekspor ke luar negeri lebih mahal dibandingkan dengan di dalam negeri. Jika lebih murah, eksportir tidak tertarik untuk mengekspor barang yang bersangkutan. Tanpa kondisi itu, aktivitas ekspor tidak akan menarik dan menghasilkan keuntungan. Dengan adanya aktivitas ekspor, pemerintah memperoleh pendapatan berupa devisa. Semakin banyak aktivitas ekspor, semakin besar devisa yang diperoleh negara.⁸⁷

Dari pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa ekspor adalah kegiatan penjualan suatu barang yang dikirimkan ke luar dari negara satu ke negara yang lainnya dengan prosedur tertentu yang telah disepakati oleh negara-negara tersebut.

⁸⁶ Nopirin, *Ekonomi Moneter Buku I Edisi keempat*, (Penerbit BPFE: Yogyakarta, 2011), h.51.

⁸⁷ Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*..... h. 9.

2. Teori Permintaan Ekspor

Dari sisi permintaan, Blanchard pada tahun 2006 menyatakan bahwa ekspor dipengaruhi oleh nilai tukar riil dan pendapatan negara mitra dagang. Apabila pendapatan negara mitra dagang tinggi maka permintaan akan barang-barang domestik akan meningkat artinya ekspor meningkat. Apabila terjadi peningkatan nilai tukar riil (mata uang domestik terdepresiasi terhadap mata uang negara mitra dagang) maka permintaan terhadap ekspor akan meningkat karena terjadi penurunan harga relatif barang-barang domestik terhadap barang-barang negara mitra dagang.

Dalam transaksi perdagangan, harga suatu komoditas yang akan diperdagangkan merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan karena harga akan menentukan besar kecilnya jumlah barang yang akan diperdagangkan. Makin rendah harga suatu barang, makin banyak permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya makin tinggi harga suatu barang makin rendah permintaan terhadap barang tersebut.

Dalam analisis permintaan paling sederhana, dapat digambarkan sebuah kurva yang memuat hubungan antara sebuah barang dan kuantitas yang diminta.

Ada lima hal dominan yang menyebabkan terjadinya perubahan permintaan ekspor, yaitu:⁸⁸

- a. Harga barang itu sendiri.
- b. Tingkat pendapatan masyarakat.
- c. Cita rasa atau selera (*taste*) konsumen terhadap barang itu.

⁸⁸ *Ibid.*, h. 94.

- d. Harga barang lain yang berkaitan (*price of related of goods*) terutama barang pelengkap (*complementary goods*) dan barang pengganti (*substitution goods*).
- e. Harapan atau perkiraan konsumen (*consumer expectation*) terhadap harga barang yang bersangkutan.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan ekspor

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan ekspor suatu negara. Beberapa faktor tersebut ada yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri, di antaranya sebagai berikut⁸⁹.

- a. Kebijakan pemerintah di bidang perdagangan luar negeri. Jika pemerintah memberikan kemudahan kepada para eksportir, eksportir terdorong untuk meningkatkan ekspor. Beberapa kemudahan tersebut di antaranya adalah penyederhanaan prosedur ekspor, pemberian fasilitas produksi barang-barang ekspor, penghapusan berbagai biaya ekspor, dan penyediaan sarana ekspor.
- b. Keadaan pasar luar negeri. Kekuatan permintaan dan penawaran dari berbagai negara dapat mempengaruhi harga di pasar dunia. Jika jumlah barang yang diminta di pasar dunia lebih sedikit daripada jumlah barang yang ditawarkan, maka harga cenderung turun. Keadaan ini akan mendorong para eksportir untuk menurunkan eksportnya.

Kelincahan eksportir untuk memanfaatkan peluang pasar. Eksportir harus pandai mencari dan memanfaatkan peluang pasar. Dengan begitu, mereka diharapkan dapat memperoleh wilayah pemasaran yang luas. Para eksportir harus ahli di bidang strategi pemasaran.

⁸⁹ Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*..... h. 10.

4. Produk Ekspor Indonesia

Umumnya, barang-barang yang diekspor oleh Indonesia terdiri atas dua macam, yaitu minyak bumi dan gas alam (migas) dan selain minyak bumi dan gas alam (migas). Barang-barang yang termasuk migas di antaranya, minyak tanah, bensin, solar, dan elpiji. Adapun barang-barang yang termasuk nonmigas adalah sebagai berikut.⁹⁰

- a. Hasil industri. Contohnya kayu lapis, konveksi, kelapa sawit, peralatan kantor, bahan-bahan kimia, pupuk, dan kertas.
- b. Hasil pertanian dan perkebunan. Contohnya gula, kelapa, karet, kopi, dan kopra.
- c. Hasil laut dan danau. Contohnya ikan, udang, dan kerang.
- d. Hasil tambang dan nonmigas. Contohnya bijih emas, bijih nikel, bijih tembaga, dan batubara.

5. Hubungan Perdagangan Internasional dengan Ekspor

Ekspor adalah barang dan jasa yang diproduksi di dalam negeri yang dijual secara luas di luar negeri. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor bersih (*net export*) meliputi.⁹¹

- a. Selera konsumen untuk barang-barang yang diproduksi di dalam dan luar negeri.
- b. Harga barang-barang di dalam dan di luar negeri.
- c. Nilai tukar (nilai tukar) yang menentukan jumlah mata uang domestik yang diperlukan untuk membeli sejumlah mata uang asing.
- d. Pendapatan konsumen di dalam dan di luar negeri.
- e. Biaya membawa barang dari suatu negara ke negara lain.
- f. Kebijakan pemerintah terhadap perdagangan internasional.

Dalam teori perdagangan internasional disebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor dapat dilihat dari sisi permintaan dan penawaran. Dari sisi permintaan, ekspor dipengaruhi oleh harga ekspor,

⁹⁰ Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*..., h. 9 – 10.

⁹¹ *Ibid*, h.92.

nilai tukar, pendapatan dunia dan kebijakan perdagangan luar negeri negara pengimpor dan devaluasi di negara eksportir.

Sedangkan dari sisi penawaran, ekspor dipengaruhi oleh harga ekspor, harga domestik, nilai tukar, kualitas produk, teknologi, kapasitas produksi, bunga modal, upah tenaga kerja, harga input, modal dan kebijakan deregulasi (negara eksportir).⁹²

G. Daya Saing dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Perspektif Ekonomi Islam

1. Daya Saing Perspektif Ekonomi Islam

Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan. Firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّئُهَا فَاسْتَثْبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا. إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ.

Arinya: *Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.*⁹³ (Q.S Al-Baqarah: 148)

Jika ini dijadikan sebagai dasar bisnis, maka praktek bisnis harus menjalankan aktivitas persaingan yang sehat. Menurut Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma dalam buku yang berjudul *Menggagas Bisnis Islami* terdapat penjelasan bahwa persaingan

⁹² *Ibid.*, h.93.

⁹³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2010), h. 23.

bisnis yang sehat dalam Islam minimal ada tiga unsur yang harus dicermati, yaitu:⁹⁴

- a. Pihak-pihak yang bersaing. Dalam Islam bersaing adalah memberikan yang terbaik dalam bisnis bukan untuk mematikan pesaing atau hanya sekedar memenangkan persaingan.
- b. Segi cara bersaing. Memberikan pelayanan terbaik (*service excellent*), tidak memberikan suap, tidak memanipulasi produk, jujur dengan kualitas produk, dan tidak diperkenankan memberikan fasilitas khusus pada seseorang atau sekelompok bisnis misalnya tentang teknologi, informasi pasar, pasokan bahan baku, dan penghapusan pajak.
- c. Produk yang dipersaingkan. Produk yang dipersaingkan harus halal, tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing, dan tempat yang digunakan harus bebas dari hal-hal yang diharamkan, dan tidak memberikan pelayanan yang mengundang maksiat.

Dalam era globalisasi ini, kegiatan perdagangan internasional muncul dengan persaingan ketat yang mengakibatkan nilai-nilai etika seringkali terabaikan. Untuk menghadapinya, Al-Qur'an perlu dihadirkan sebagai pedoman dalam perdagangan internasional. Al-Qur'an dipandang memiliki formulasi yang relevan pada setiap zaman. Dari sekian ayat-ayat Alquran, sebagiannya mendorong manusia untuk mencari rezeki yang berkah, melakukan produksi dan menekuni aktivitas ekonomi di berbagai bidang usaha seperti pertanian, industri, perdagangan, dan bidang-bidang lainnya. Al-Qur'an mendorong setiap perbuatan harus menghasilkan produk dan jasa yang bermanfaat bagi manusia dan mendatangkan kemakmuran dan kesejahteraan bersama.

Adanya term-term *at-tijarah*, *al-ba'i* dan *isy tara* dalam Alquran mengindikasikan adanya etika perdagangan internasional dalam konsep

⁹⁴ Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 92 – 97.

Alquran. Etika perdagangan internasional yang dimaksud tersurat dan tersirat dalam ayat-ayat yang mengungkap terma-terma perdagangan tersebut. Ada memang ayat yang konteksnya mengungkap etika perdagangan, tetapi tidak terdapat di dalamnya ketiga term perdagangan tersebut. Untuk hal ini, Hakim Muda Harahap dalam jurnalnya yang berjudul epistimologi etika perdagangan internasional dalam konsep Al-Qur'an yaitu sebagai berikut:⁹⁵

a. Internalisasi nilai-nilai spiritual keagamaan Islam

Penerapan spritualitas dalam perdagangan menunjukkan kekuatan yang positif dalam segala kegiatannya. Perlunya pelaku perdagangan mengimplementasikan spritualitas Islam, tidak hanya berlaku kepada kegiatan perdagangan domestik saja, tetapi juga harus diterapkan kepada perdagangan internasional karena yang diperdagangkan adalah komoditas ekspor dan impor dimana peluang terjadinya kecurangan (*fraud*), kolusi, korupsi, penipuan dan rekayasa keuangan, lebih besar dibandingkan perdagangan domestik.⁹⁶

b. Penekanan Kehalalan Produk Ekspor dan Impor

Dalam ekspor dan impor yang perlu ditekankan adalah kehalalan komoditas yang diperdagangkan. Langkah awal adalah pelabelan halal kepada produk atau kemasan pangan yang dapat menunjukkan bahwa produk atau kemasan itu telah menjalani proses pemeriksaan kehalalan dan telah dinyatakan halal secara syariat. Label

⁹⁵ Hakim Muda Harahap, "Epistimologi Etika Perdagangan Internasional Dalam Konsep Al-Qur'an". *Jurnal Studi Al-Qur'an dan Hadist*, Vol. 3 No. 2 (November 2019), h. 228.

⁹⁶ *Ibid*, h. 228 – 229.

halal memiliki fungsi utama yaitu untuk memberikan ketentaraman bagi umat Islam. Dengan adanya label halal, ternyata banyak dari konsumen lebih merasa aman dan lebih selektif dalam melakukan konsumsi beberapa produk yang beredar di pasaran.⁹⁷

c. Pencegahan Praktek Suap dan Korupsi

Pelanggaran etika perdagangan internasional yang juga sering terjadi adalah maraknya praktik suap menyuap dan korupsi. Suap menyuap sudah cukup lama dikenal terutama ketika manusia bekerja dalam sebuah organisasi dan menghadapi tekanan atau hambatan dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Dewasa ini praktik suap menyuap di semua sektor kehidupan sudah merupakan kebiasaan masyarakat luas seperti money politik, gratifikasi, pelicin, komisi, pungli dan lain-lain. Suap menyuap tidak hanya terjadi di sektor pemerintahan maupun di sektor swasta, tetapi juga merambat ke sektor perdagangan internasional.⁹⁸

d. Pencegahan Praktek Riba

Riba secara etimologis berarti tumbuh dan membesar. Sedangkan secara terminologis riba bermakna pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Dalam transaksi yang bermuatan riba, dalam hal pinjam meminjam misalnya, peminjam menarik uang lebih dari uang yang dipinjamkan. Kelebihan itu dipandang batil atau riba, karena mendapatkannya tanpa ada

⁹⁷ *Ibid*, h. 230.

⁹⁸ *Ibid.*, h. 232.

penyeimbang, pengganti, atau resiko yang harus ditanggung peminjam. Tidak adanya penyeimbang, pengganti, atau resiko yang harus ditanggung menyebabkan transaksi pinjam meminjam menjadi cacat dan tidak adil, karena itulah Allah mengharamkannya.⁹⁹

e. Penerapan Kesetaraan Timbangan dan Takaran

Dalam perdagangan internasional untuk membangun kerangka kepercayaan bagi seorang pedagang atau pengusaha di level internasional harus berbuat jujur atau adil, baik terhadap dirinya maupun terhadap orang lain. Sikap jujur harus diwujudkan misalnya, kepada praktik penggunaan timbangan yang tidak membedakan antara kepentingan penjual maupun pembeli. Dengan sikap jujur seorang pedagang, maka kepercayaan pembeli akan tercipta dengan sendirinya.¹⁰⁰

2. GDP Perspektif Ekonomi Islam

Sebagai salah satu pendapatan nasional, GDP (*Gross Domestic Product*) harus dapat mengukur kesejahteraan ekonomi yang dimaksudkan dalam Islam. Pemerintah memiliki posisi yang sangat penting dalam menciptakan keadilan distribusi, karena menciptakan kesejahteraan di masyarakat merupakan kewajiban seluruh agen ekonomi. Tidak terkecuali pemerintah sebagai pemegang amanah Allah, memiliki tugas bersama dalam mewujudkan kesejahteraan dan keadilan, karena salah satu unsur

⁹⁹ *Ibid.*, h. 233.

¹⁰⁰ *Ibid.*, h.234.

penting dalam menciptakan kesejahteraan ialah mewujudkan pemerintahan yang adil.¹⁰¹

Sistem ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang diharapkan dapat memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan yang ada, dengan kebijakan-kebijakan yang berpihak kepada kemaslahatan dan menciptakan keadilan dalam ekonomi umat. Begitu juga dalam kebijakan distribusi dalam sistem Ekonomi Islam yang menjunjung tinggi nilai keadilan, sehingga pada konsep distribusi landasan penting yang dijadikan pegangan. Allah SWT berfirman:

.....كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةٌ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ.....

Artinya:agar kekayaan tidak terkumpul hanya pada satu kelompok saja.....¹⁰² (Q.S Al-Hasyr: 7)

Agar kesejahteraan masyarakat dapat terwujud, pemerintah berperan dalam mencukupi kebutuhan masyarakat, baik dasar/primer (*dhahuri*), sekunder (*the need/ihtiyaji*), maupun tersier (*the commendable/tahsini*), dan pelengkap (*the luxury/kamili*). Disebabkan hal tersebut, pemerintah dilarang untuk berhenti pada pemenuhan kebutuhan dan pelayanan primer masyarakat saja, namun harus berusaha untuk mencukupi seluruh kebutuhan dan pelayanan primer masyarakat lainnya sehingga terbentuk kehidupan masyarakat yang sejahtera.¹⁰³

¹⁰¹ Hendy Herijanto et.al., *Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 283.

¹⁰² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., h. 546.

¹⁰³ *Ibid.*, h. 285.

3. Nilai Tukar Perspektif Ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam, aktivitas pertukaran mata uang atau nilai tukar disebut dengan *sharf*. Dimana aktivitas tersebut hukumnya mubah. *Sharf* adalah jual beli atau pertukaran antara satu mata uang dengan mata uang asing yang lainnya. Contohnya rupiah dengan dollar, dollar dengan yen dan sebagainya.¹⁰⁴ Sebagaimana firman Allah SWT:

..... وَ أَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا.....

Artinya: “..... Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.....”.¹⁰⁵ (Q.S Al-Baqarah: 275)

Menurut An-Nabhani dalam bukunya yang berjudul membangun sistem ekonomi alternatif perspektif Islam. Apabila aktivitas pertukaran tersebut sempurna kemudian salah satu diantara mereka ingin menarik kembali maka tindakan semacam ini tidak diperbolehkan bila akad dan penyerahannya sudah sempurna asalkan disana terjadi kesalahan, penipuan dan cacat maka hal itu diperbolehkan. Jadi jual beli Ash-sharf adalah perjanjian jual-beli mata uang asing atau transaksi pertukaran emas dan perak atau mata uang domestik dipertukarkan mata uang asing secara tunai.¹⁰⁶

¹⁰⁴ Adiwarman A.Karim, *Ekonomi Makro Islami*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 168.

¹⁰⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*...., h. 47.

¹⁰⁶ Leni Saleh, “Perubahan Nilai Tukar Uang Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 1 No. 1 (Juni 2016), h. 72, mengutip An-Nabhani, Taqyuddin, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, (Surabaya: Penerbit Risalah Gusti, 1999).

Hadist Nabi riwayat Muslim, Abu Daud, Tirmidzi, Nasa'i, dan Ibn Majah, dengan teks Muslim dari 'Ubadah bin Shamit, Nabi SAW bersabda:

الذَّهَبُ بِالذَّهَبِ وَالْفِضَّةُ بِالثَّمَرِ وَالْمِلْحُ بِالْمِلْحِ مِثْلًا بِمِثْلٍ, سَوَاءٌ بِسَوَاءٍ,
يَدًا بِيدٍ, فَإِذَا اخْتَلَفَتْ هَذِهِ الْأَصْنَافُ فَيُعَوَّضُ كَيْفَ شِئْتُمْ إِذَا كَانَ يَدًا
بِيَدٍ.

Artinya: *“(juallah) emas dengan emas, perak dengan perak, sya'ir dengan sya'ir, kurma dengan kurma, dan garam dengan garam (dengan syarat harus) sama dan sejenis serta secara tunai. Jika jenisnya berbeda, juallah sekehendakmu jika dilakukan secara tunai”*.

Dalam hal ini ulama ijma sepakat bahwa akad ash sharf sebagaimana dijelaskan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No.28/DSNMUI/III/2002 Tentang jual-beli mata uang (Ash-sharf) disyaratkan dengan beberapa ketentuan antara lain:¹⁰⁷

1. Tidak ada spekulasi (untung-untungan).
2. Ada kebutuhan transaksi atau untuk berjaga-jaga (simpanan).
3. Apabila transaksi dilakukan terhadap mata uang sejenis maka nilainya harus sama dan secara tunai (*at-taqabudh*).
4. Apabila berlainan jenis maka harus dilakukan dengan nilai tukar (nilai tukar) yang berlaku pada saat transaksi dilakukan dan secara tunai.

Dengan jenis-jenis transaksi sebagai berikut:

1. Transaksi *Spot*, yaitu transaksi pembelian dan penjualan valas untuk penyerahan pada saat itu (*over the counter*) atau penyelesaiannya paling lambat dalam jangka waktu dua hari. Hukumnya adalah boleh, karena dianggap tunai, sedangkan waktu dua hari dianggap sebagai proses penyelesaian yang tidak bisa dihindari dan merupakan transaksi internasional.
2. Transaksi *Forward*, yaitu transaksi pembelian dan penjualan valas yang nilainya ditetapkan pada saat sekarang dan diberlakukan untuk

¹⁰⁷ Fatwa Dewan Syariah Nasional No.28/DSN-MUI/III/2002 Tentang Jual Beli Mata Uang (On-line), tersedia di: <https://www.sketsaonline.com/fatwa-dsn-mui-tentang-jual-beli-mata-uang-al-sharf-2/> (7 Juni 2020), h. 3.

waktu yang akan datang, antara 2 x 24 jam sampai dengan satu tahun. Hukumnya adalah haram, karena harga yang digunakan adalah harga yang diperjanjikan dan penyerahannya dilakukan di kemudian hari, padahal harga pada waktu penyerahan tersebut belum tentu sama dengan nilai yang disepakati, kecuali dilakukan dalam bentuk *forward agreement* untuk kebutuhan yang tidak dapat dihindari.

3. Transaksi *Swap*, yaitu suatu kontrak pembelian atau penjualan valas dengan harga *spot* yang dikombinasikan dengan pembelian antara penjualan valas yang sama dengan harga *forward*. Hukumnya adalah haram, karena mengandung unsur maisir (spekulasi).
4. Transaksi *Option*, yaitu kontrak untuk memperoleh hak dalam rangka membeli atau hak untuk menjual yang tidak harus dilakukan atas sejumlah unit valuta asing pada harga dan jangka waktu tertentu atau tanggal akhir tertentu. Hukumnya haram, karena mengandung unsur maisir (spekulasi).¹⁰⁸

Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional No.28/DSN-MUI/III/2002 tentang *sharf* di atas, dapat disimpulkan bahwa dari beberapa jenis tipe transaksi nilai tukar hanya tipe transaksi spot yang dihalalkan. Sedangkan untuk tipe transaksi *forward*, *swap*, dan *option* tidak dihalalkan karena tidak dilakukan secara tunai dan mengandung unsur maisir (spekulasi). Tujuan dari keharusan tunai dalam akad *sharf* ini adalah untuk menghindari adanya gharar yang terdapat dalam riba fadhil.

4. Harga Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam menganjurkan untuk berlaku adil dan berbuat kebaikan, seperti dalam halnya perniagaan dimana berlaku adil dapat diterapkan seperti menentukan mutu dan ukuran, takaran maupun timbangan. Apabila kita hidup selalu berlaku adil, maka kita akan selalu dekat dengan Allah, oleh sebab itu berlaku adil tidak akan membuat

¹⁰⁸ *Ibid.*, h. 3 – 4.

seseorang tertipu dengan kehidupan dunia, dalam Islam menipu sangatlah dilarang bahkan untuk sekedar membawa kondisi yang mengarah kepada keraguan yang dapat menyesatkan atau gharar.¹⁰⁹

Pada masa Rasulullah SAW pernah didatangi para sahabat untuk menanyakan masalah harga para sahabat bertanya, wahai Rasulullah, harga telah mahal maka patoklah harga untuk kami, maka Rasulullah bersabda:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ.

Artinya: *Sesungguhnya Allah lah yang mematok harga. Dia yang menyempitkan rezeki, yang Maha pemberi rezeki. Dan sesungguhnya saya mengharapkan untuk bertemu Allah dalam kondisi tidak ada seorangpun dari kamu yang menuntut kepadaku karena suatu tindak kedzaliman berkenaan dengan darah dan harta. (HR Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi).*

Berdasarkan hadis tersebut ketetapan dari suatu harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah, hal ini dapat dilakukan apabila pasar sedang dalam keadaan normal tetapi bila pasar dalam keadaan yang tidak sehat yakni terdapat kedzaliman seperti adanya kasus penimbunan, riba, dan penipuan maka hendaknya pemerintah untuk menentukan harga yang adil sehingga tidak ada pihak yang dirugikan, dalam hal ini pemerintah diperbolehkan untuk menetapkan harga apabila terjadi kericuhan atau kedzaliman di pasar.¹¹⁰

¹⁰⁹ Muhamad, Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi Teks, Terjemahan Dan Tafsir*, (Jakarta: Amzah, 2005), h. 177.

¹¹⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2013), h. 191.

Mekanisme pasar dalam Islam tidak mengharamkan adanya intervensi negara seperti subsidi dan penetapan komoditas yang boleh diekspor. Sebaliknya negara tidak boleh melakukan intervensi dengan cara mematok harga. Harga dibiarkan berjalan sesuai mekanisme *supply* (penawaran) dan *demand* (permintaan).¹¹¹ Salah satu praktek yang tidak diperbolehkan dalam perdagangan internasional mengenai harga adalah praktek *dumping*.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, *dumping* adalah sistem penjualan barang dipasaran luar negeri dalam jumlah banyak dengan harga yang rendah sekali dengan tujuan agar harga pembelian di dalam negeri tidak diturunkan sehingga akhirnya dapat menguasai pasaran luar negeri dan dapat menguasai harga kembali.¹¹² Dalam Bahasa Arab *dumping* disebut إغراق (*ighraq*), yaitu menjual produk di pasar luar negeri kurang dari biaya marginalnya, dan metode ini diikuti oleh negara yang menginginkan menghilangkan persaingan untuk produk mereka dalam jangka panjang. Perilaku ini secara tegas dilarang dalam Islam karena dapat menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat luas.¹¹³ *Dumping* dalam Islam diharamkan karena praktek *dumping* ini dapat menimbulkan mudharat.

¹¹¹ Rahmat Sunnara, *Islam dan Ekonomi*, (Jakarta: Buana Cipta Pustaka, 2009), h. 38.

¹¹² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cet.1 edisi.IV, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 279.

¹¹³ Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 294.

Tujuan akhir dari *dumping* adalah untuk memonopoli pasar dengan maksud mencari keuntungan sebesar-besarnya. Dalam ekonomi islam siapapun boleh berbisnis tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual (monopoli) atau ada penjual lain. jadi praktek ini sah-sah saja. Namun siapapun tidak boleh melakukan ihtikar, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi atau istilah ekonominya *monopolistic rent*.¹¹⁴

Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ مَعْمَرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لَا يَحْكِرُ إِلَّا خَا طِيءٌ.

Artinya: Dari Ma'mar bin Abdullah r.a dari Rasulullah SAW kata Umar tidaklah akan memonopoli kecuali orang jahat.

Dampak dari teknik *dumping* tersebut maka mematikan pesaing karena negara pengimpor banjir produk *dumping* sebagai akibat dari kebutuhan yang tinggi karena harga lebih murah, kondisi seperti ini bisa menjadikan produk lain tidak mampu bersaing sehingga dimungkinkan produsen tersebut merugi bahkan menutup usahanya sehingga produsen pelaku *dumping* menjadi pemain tunggal, hal tersebut dapat dipahami karena jumlah permintaan dan tingkat harga memiliki hubungan yang erat.¹¹⁵

¹¹⁴ Nita Anggraeni, "Dumping Dalam Perspektif Hukum Dagang Internasional dan Hukum Islam". *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, Vol. 14 No. 2 (Desember 2015), h. 166.

¹¹⁵ *Ibid*.

5. Produksi Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam sangat menganjurkan dilaksanaannya aktivitas produksi dan mengembangkannya, bagi segi kuantitas maupun kualitas. Bagi Ibnu Ahmad tujuan-tujuan terpenting produksi dalam perspektif fikih ekonomi Umar bin Khattab adalah:¹¹⁶

- a. Merealisasikan keuntungan seoptimal mungkin.
- b. Merealisasikan kecukupan individu dan keluarga.
- c. Tidak mengandalkan orang lain.
- d. Melindungi harta dan mengembangkannya.
- e. Mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi dan mempersiapkannya untuk dimanfaatkan.
- f. Pembebasan dari belenggu taqlid ekonomi.

Syari'at Islam tidak membenarkan pembuatan segala komoditas yang hanya bisa digunakan untuk hal yang diharamkan, atau mayoritas barang itu digunakan untuk berbuat dosa, walaupun sebagian kecil komoditas tersebut dapat digunakan untuk hal-hal yang dibolehkan.¹¹⁷

Etika terpenting lainnya dalam menjalankan aktivitas produksi adalah dengan menjaga sumber daya alam karena ia merupakan nikmat dari Allah kepada hamba-Nya. Setiap hamba wajib mensyukurinya, dan salah satu cara untuk mensyukuri nikmat adalah dengan menjaga sumber daya alam dari populasi, kehancuran atau kerusakan. Menurut Qardhawi dalam buku ekonomi dan bisnis Islam karangan ADESY kerusakan di bumi terdiri dari dua bentuk, yaitu kerusakan materi dan kerusakan spiritual. Hal yang berbentuk materi misalnya sakitnya manusia, tercemarnya alam, binasanya makhluk hidup, terlantarnya kekayaan, dan

¹¹⁶ Hendy Herijanto et.al., *Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 263

¹¹⁷ *Ibid*, h. 265.

terbuangnya manfaat. Sedangkan yang berbentuk spiritual adalah tersebarnya kezaliman, meluasnya kebatilan, kuatnya kejahatan, rusaknya hati kecil, dan gelapnya otak. Kedua jenis kerusakan ini adalah tindakan kriminal yang tidak diridhai Allah.¹¹⁸ Oleh sebab itu, berulang-ulang dinyatakan dalam Al-Qur'an:

.... وَ يَسْعَوْنَ فِي الْأَرْضِ فَسَادًا. وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ.

Artinya:Dan mereka berbuat kerusakan di muka bumi dan Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.¹¹⁹ (Q.S Al-Maidah: 64)

Dengan menerapkan produksi secara Islami akan melindungi konsumen dari hal-hal yang membahayakan mereka, karena sebelumnya produsen telah menerapkan prinsip syari'at Islam dalam proses produksinya. Baik dari segi benda maupun jasa yang diproduksi, maupun pada cara produksinya. Dengan menerapkan produksi secara Islami produsen akan merasa aman dan akan mendapatkan pahala ketika niatnya ikhlas dan sesuai dengan tuntunan syariat Islam.¹²⁰

Prinsip produksi dalam ekonomi Islam berarti menghasilkan sesuatu yang halal dan merupakan akumulasi dari semua proses produksi. Prinsip produksi dalam ekonomi Islam bertujuan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan dunia akhirat, sehingga kegiatan produksi harus dilandasi nilai-nilai Islam.¹²¹

¹¹⁸ *Ibid*, h. 266.

¹¹⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., h. 118.

¹²⁰ Hendy Herijanto et.al., *Ekonomi dan Bisnis Islam*..., h. 266.

¹²¹ Muhammad Turmudi, "Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 18 No. 1 (Maret 2017), h. 54.

H. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan karya-karya ilmiah terdahulu dari berbagai sumber yang relevan dan dapat dipertanggungjawabkan. Artinya, pengambilan dan pencantuman hasil karya ilmiah terdahulu dalam skripsi ini didasarkan pada kemiripan tema, kata kunci, serta ditinjau dari teori atau hasil-hasil penelitiannya. Serta disertai penjelasan tentang kontribusi yang akan diberikan oleh peneliti dalam membahas tema tersebut. Dengan demikian peneliti dapat menegaskan posisinya secara signifikan dalam mengembangkan pokok bahasan yang akan diteliti.

1. Penelitian Mengenai Daya Saing Ekspor Komoditi Indonesia

No	Peneliti	Judul Penelitian	Pembahasan
1.	Farid Ustiaji	Analisis daya saing komoditi ekspor unggulan Indonesia dipasar internasional.	Pada komoditi unggulan Indonesia, dari beberapa komoditi unggulan tersebut mengalami kenaikan pertumbuhan yang cukup signifikan dari komoditi alas kaki dan elektronik pada komoditi tekstil dan produk tekstil, karet dan produk karet, sawit, produksi hasil hutan, dan kopi mengalami fluktuasi selama tahun 2010-2014, dan cenderung menurun

			<p>pada kakao, udang dan otomotif.</p> <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspor alas kaki memiliki $RCA > 1$ yang berarti ekspor tersebut memiliki daya saing di atas daya saing rata-rata dunia.¹²²</p>
2.	Kadek Mega Silvia Andriani dan I Komang Gede Bendesa	Keunggulan Komparatif Produk Alas Kaki Indonesia ke Negara ASEAN Tahun 2013.	<p>Hasil RCA menunjukan Indonesia terbilang memiliki nilai ekspor yang rendah dibanding negara lain karena nilai mata uang Indonesia cukup rendah. Namun, dilihat dari analisis RCA, dapat disimpulkan bahwa tingkat keunggulan komparatif produk alas kaki Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang cukup kuat baik dilihat dari sisi impor maupun ekspornya pada tahun 2008, namun nilainya semakin menurun pada lima tahun ke</p>

¹²² Farid Ustriadi, "Analisis Daya Saing Komoditi Ekspor Unggulan Indonesia di Pasar Internasional". Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 14 No. 02 (Desember 2016).

			depannya yaitu pada tahun 2013. ¹²³
3.	Saleh Motana Obadi	Revealed Comparative Advantage and Competitiveness In the EU-28 and The USA.	Berdasarkan analisis empirik menggunakan metode indeks RCA, EU-28 memiliki <i>comparative advantage</i> pada 30 komoditas dibandingkan USA. Hal ini membuktikan bahwa EU-28 adalah pemain perdagangan terbesar di dunia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 19 komoditas ekspor EU-28 berdaya saing dunia, sedangkan 11 komoditas ekspor USA yang berdaya saing atau dalam kata lain indeks RCA > 1. ¹²⁴

Tabel 2. Penelitian daya saing

¹²³ Kadek Mega Silvia Andriani, I Komang Gde Bendesa, "Keunggulan Komparatif Produk Alas Kaki Indonesia Ke Negara ASEAN Tahun 2013". *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, Vol. 8 No. 2 (Agustus 2015).

¹²⁴ Saleh Motana Obadi, "Revealed Comparative Advantage and Competitiveness In the EU-28 and the USA". *Economic Review*, Vol. 45 No. 2 (2016).

2. Penelitian Mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Komoditi Indonesia

No	Peneliti	Judul Penelitian	Pembahasan
1.	Damara Vikiyanto	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Alas Kaki Indonesia Ke Amerika Serikat	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara GDP Amerika, nilai tukar dan produksi alas kaki Indonesia dengan ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara GDP Amerika Serikat dan nilai tukar dengan ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika. Begitu juga hasil produksi yang dapat mempengaruhi ekspor alas kaki Indonesia. ¹²⁵
2.	-Parell Tua Halomoan Simanjuntak	Pengaruh Produksi, Harga Internasional	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produksi, harga internasional dan nilai tukar

¹²⁵ Damara Vikiyanto, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Alas Kaki Indonesia Ke Amerika Serikat". *Journal of Economics and Business*, Vol. 1 No. 1 (Mei 2019)

	-Zainul Arifin -M. Kholid Mawardi	Dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Volume Ekspor Rumput Laut Indonesia (Studi Pada Tahun 2009 – 2014)	rupiah terhadap volume ekspor rumput laut Indonesia. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel produksi dan harga internasional tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan, variabel nilai tukar rupiah berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor rumput laut Indonesia. ¹²⁶
3.	Aldo Gunawan	Pengaruh Harga Internasional, Nilai Tukar Dan GDP Perkapita Amerika Serikat Terhadap Nilai Ekspor Tekstil Indonesia Ke Amerika Serikat	Hasil penelitian membuktikan variabel harga internasional memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai ekspor TPT Indonesia. Hasil penelitian membuktikan nilai tukar rupiah terhadap dollar tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor TPT Indonesia ke Amerika Serikat artinya kenaikan atau penurunan nilai tukar rupiah terhadap dollar tidak memiliki

¹²⁶ Parell Tua Halomoan Simanjuntak dkk, “Pengaruh Produksi, Harga Internasional Dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Volume Ekspor Rumput Laut Indonesia (Studi Pada Tahun 2009 – 2014)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50 No. 3 (September 2017).

			<p>pengaruh terhadap kenaikan atau penurunan nilai ekspor TPT Indonesia ke Amerika Serikat. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel nilai GDP perkapita Amerika berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor TPT Indonesia.¹²⁷</p>
--	--	--	---

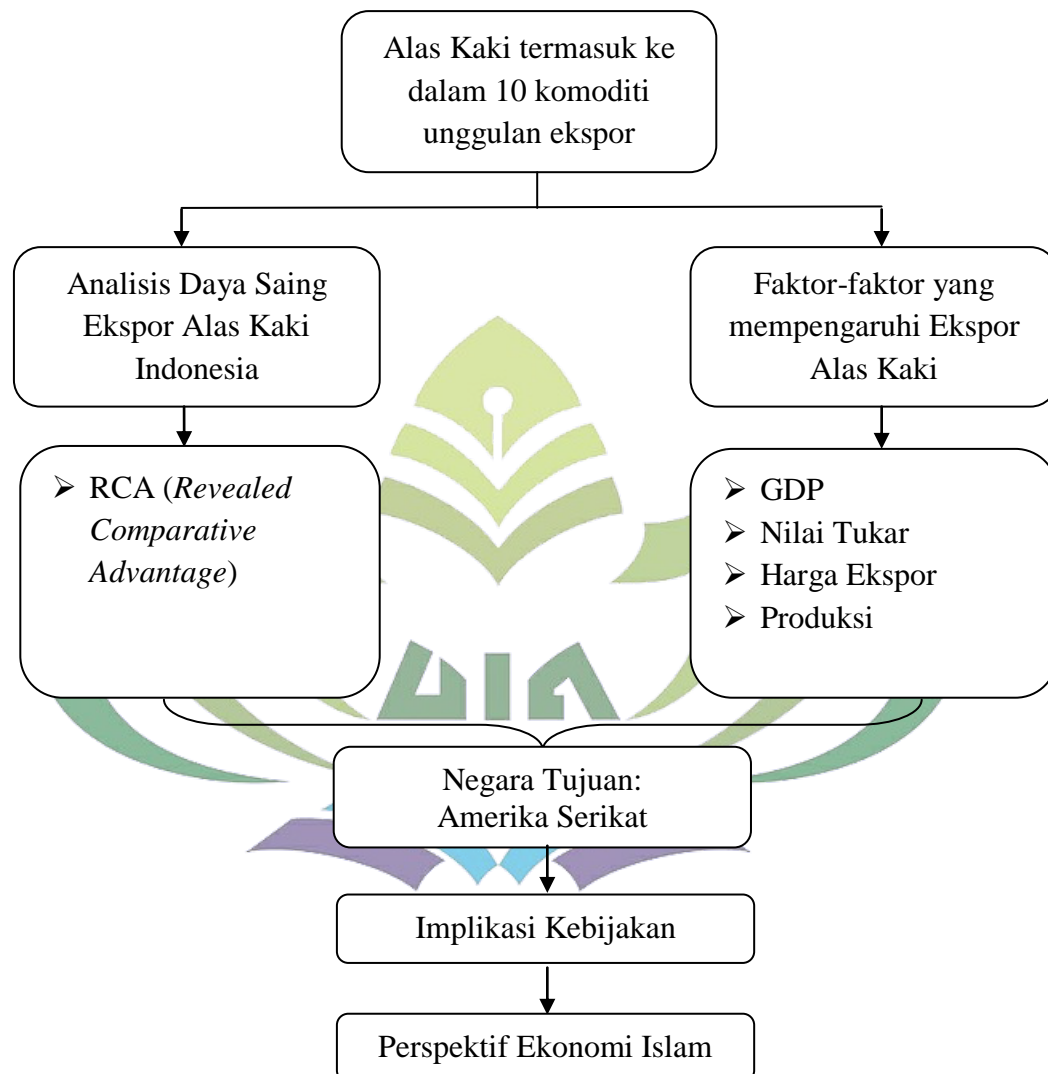
Tabel 3. Penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor komoditas Indonesia.

Penelitian yang ingin penulis lakukan mempunyai kesamaan topik dengan penelitian sebelumnya yaitu mengenai daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor. Dari penelitian di atas memiliki hasil yang berbeda-beda. Untuk itulah penulis ingin melakukan penelitian kembali mengenai hal tersebut. Pembeda penelitian ini dari penelitian sebelumnya, yaitu daya saing dengan tujuan ekspor ke Amerika Serikat dan belum mencantumkan pandangan ekonomi Islam. Oleh sebab itu, penelitian yang akan penulis lakukan akan menambahkan perspektif ekonomi Islam.

¹²⁷ Aldo Gunawan, "Pengaruh Harga Internasional, Nilai Tukar Dan Gdp Perkapita Amerika Serikat Terhadap Nilai Ekspor Tekstil Indonesia Ke Amerika Serikat". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 1 No. 4 (September 2013).

I. Kerangka Berfikir

Dari uraian di atas maka kerangka berfikir dituangkan dalam gambar berikut:



Gambar 4. Kerangka pemikiran analisis daya saing dan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor produk alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat perspektif Ekonomi Islam.

J. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik.¹²⁸

1. Indeks RCA

Hipotesis dari indeks daya saing suatu komoditas dalam RCA memiliki dua kemungkinan:

- a. Indeks $RCA > 1$, menunjukkan bahwa pangsa ekspor alas kaki terhadap total ekspor Indonesia lebih besar dari pangsa rata-rata ekspor di dunia atau alas kaki Indonesia berdaya saing.
- b. Indeks $RCA < 1$, menunjukkan bahwa pangsa ekspor alas kaki terhadap total ekspor Indonesia lebih kecil dari pangsa rata-rata ekspor dunia. Hal ini berarti Indonesia tidak memiliki daya saing sehingga Indonesia tidak berspesialisasi di kelompok alas kaki.

¹²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabet, 2017), h. 99.

2. Faktor faktor yang Mempengaruhi Ekspor Produk Alas Kaki

a. Pengaruh GDP terhadap Ekspor Alas Kaki Indonesia

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Damara Vikiyanto dalam penelitiannya yang berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel GDP Amerika Serikat dengan ekspor alas kaki Indonesia.¹²⁹ Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh I Kadek Krisna dan I Wayan Wita Kesumajaya dalam penelitiannya yang berjudul analisis tingkat daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor kayu olahan Indonesia ke negara Amerika Serikat diperoleh hasil bahwa GDP Amerika Serikat secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai ekspor kayu Indonesia.¹³⁰ Berdasarkan hal tersebut maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan hipotesis sebagai berikut:

H_{a1} : GDP berpengaruh terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat.

H_{o1} : GDP tidak berpengaruh terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat.

¹²⁹ Damara Vikiyanto, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Amerika Serikat". *Journal Economics and Business*, Vol. 1 No. 1 (Mei 2019), h. 1.

¹³⁰ I Kadek Krisna A, I Wayan Wita Kesuma Jaya, " Analisis Tingkat Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kayu Olahan Indonesia ke Negara Amerika Serikat". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 2 No. 6 (Juni 2013), h. 306.

b. Pengaruh Nilai Tukar terhadap Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Amerika Serikat

Penelitian yang dilakukan oleh M. Luqman Zakariya dkk dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh produksi, harga, dan nilai tukar terhadap volume ekspor mendapatkan hasil bahwa nilai tukar berpengaruh terhadap ekspor biji kakao Indonesia pada tahun 2010-2015.¹³¹ Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Vinny Azaria dan Adi Irawan dalam penelitiannya yaitu pengaruh inflasi, nilai tukar rupiah, dan harga terhadap volume ekspor indonesia komoditas kelautan dan perikanan menurut provinsi (periode 2012 –2014) menyatakan bahwa secara parsial nilai tukar rupiah tidak berpengaruh terhadap volume ekspor.¹³² Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut.

Ha₂ : Nilai tukar rupiah berpengaruh terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat.

Ho₂ : Nilai tukar rupiah tidak berpengaruh terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat.

¹³¹ M Luqman Zakariya dkk, “Pengaruh Produksi, Harga,dan Nilai Tukar terhadap Volume Ekspor (Studi pada Volume Ekspor Biji Kakao Indonesia Periode Januari 2010-Desember 2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.40 No. 2 (November 2016), h. 139.

¹³² Vinny Azaria, Adi Irawan, “Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Rupiah dan Harga terhadap Volume Ekspor Indonesia Komoditas Kelautan dan Perikanan Menurut Provinsi (Periode 2012-2014). *Journal of Applied Managerial Accounting*, Vol. 3 No. 1 (Maret 2019), h. 1.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Majalah

Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.

_____, *Ekonomi Makro Islami*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.

Ali Ibrahim Hasyim, *Ekonomi Makro*, Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri, 2016.

Atep Endang Waluya, "Perdagangan Internasional dalam Islam". *Majalah Tabligh No. 4/XIV*, 14 Agustus 2019.

Basri F, *Dasar-dasar Ekonomi Internasional*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Bhuono Agung Nugroho, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*, CV Andi Offset, 2005.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Indonesia Pusat Bahasa*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2010.

Detri Karya, Syamri Syamsudin, *Makroekonomi pengantar untuk manajemen*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.

Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Yogyakarta: UIN-Malang Press, 2008.

Harry Waluya, *Ekonomi Internasional*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003.

Hendra Halwani, *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi Edisi Kedua*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.

Faisal H Basri, *Perekonomian Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2002.

Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa prinsip, penerapan dan penelitian*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.

- Ferry Syarifuddin, *Konsep, Dinamika dan Respon Kebijakan Nilai Tukar di Indonesia*, Jakarta: Bank Indonesia Institute, 2016.
- Samsul Basri, *Ekonomi dan Bisnis Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS23*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2016.
- J. Supranto, *Metode Penelitian Ramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis* Jakarta: Rineka Cipta, 2000.
- Kasmir, *Perbankan Syari'ah*, Jakarta: Kencana, 2013.
- _____, *Kewirausahaan*, Depok: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Mahyus Ekananda, *Ekonomi Internasional*, Jakarta: Erlangga, 2014.
- Muhamad, Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi Teks, Terjemahan Dan Tafsir*, Jakarta: Amzah, 2005.
- Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajajkusuma, *Mengaggas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Nopirin, *Ekonomi Moneter Buku I Edisi keempat*, Penerbit BPFE: Yogyakarta, 2011.
- Nurul Zariah, *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Jakarta: Bumi aksara, 2007.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi ketiga belas*, Jakarta : Erlangga, 2008.
- Prathama Rahardja, Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 2008.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Rahardjo Adisasmita, *Teori-teori Pembangunan Ekonomi Cetakan Pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Rahmat Sunnara, *Islam dan Ekonomi*, Jakarta: Buana Cipta Pustaka, 2009.

Sabiq. Sayyid, *Fiqh Sunah Sayyid Sabiq Jilid 3*, Jakarta Timur: Al-I'tishom 2010.

Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.

_____, *Makroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan Kombinasi Mixed Methods*, Bandung: Alfabet, 2017.

Tulus T.H Tambunan, *Perekonomian Indonesia*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Cetakan Pertama Yogyakarta: Pustaka Baru Perss, 2015.

Wijayanto, *Market Brief Produk Footwear*, Chicago: Indonesian Trade Promotion Center, 2014.

Windhu Putra, *Perekonomian Indonesia*, Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018.

Wing Wahyu Winarno, *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2017.

Jurnal dan Tesis

Achmad Lubabul Chadziq, “Perdagangan Internasional Studi Komparasi Perdagangan Internasional Konvensional dan Islam”. *Akademika*, Vol. 10 No. 2 Desember 2016.

Aldo Gunawan, “Pengaruh Harga Internasional, Nilai Tukar Dan Gdp Perkapita Amerika Serikat Terhadap Nilai Ekspor Tekstil Indonesia Ke Amerika Serikat”. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 1 No. 4 September 2013.

Ali Wardhana, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Nonmigas Indonesia Ke Singapura Tahun 1990 – 2010”. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 12 No. 2 Oktober 2011.

Budi Yasri, “Analisis Kinerja Ekspor Non Migas Indonesia ke Uni Eropa”. *Jurnal Ilmiah Edukasi*, Vol. 4 No. 3, Agustus 2016.

Damara Vikiyanto, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Amerika Serikat”. *Journal of Economics and Business*, Vol. 1 No. 1 Mei 2019.

- Dinan Arya Putra, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Tembakau Indonesia ke Jerman". *Economics Development Analysis Journal*, Vol. 2 No. 3 Agustus 2013.
- Dewi Anggraini, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Kopi Indonesia Dari Amerika Serikat". Tesis Program Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro, Semarang, 2006.
- Farid Ustriadi, "Analisis Daya Saing Komoditi Ekspor Unggulan Indonesia di Pasar Internasional". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 14 No. 02 Desember 2016.
- Hakim Muda Harahap, "Epistimologi Etika Perdagangan Internasional Dalam Konsep Al-Qur'an". *Jurnal Studi Al-Qur'an dan Hadist*, Vol. 3 No. 2 November 2019.
- I Kadek Krisna, I Wayan Wita Kesuma, "Analisis Tingkat Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kayu Olahan Ke Negara Amerika Serikat". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 2 No. 6 Juni 2013.
- I Putu Ogi Suparsa, Ni Putu Martini Dewi, "Analisis Daya Saing Ekspor Komoditi Kepiting Provinsi Bali". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 5 No. 6 Juni 2016.
- Kadek Mega Silvia Andriani, I Komang Gde Bendesa, "Keunggulan Komparatif Produk Alas Kaki Indonesia Ke Negara ASEAN Tahun 2013". *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, Vol. 8 No. 2 Agustus 2015.
- Leni Saleh, "Perubahan Nilai Tukar Uang Menurut Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 1 No. 1 Juni 2016, mengutip An-Nabhani, Taqyuddin, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, Surabaya: Penerbit Risalah Gusti, 1999.
- Lutvi Fauziana dkk, "Keterkaitan Investasi Modal Terhadap GDP Indonesia". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 3 No. 2 Juni 2014.
- Mia Ayu Wardani, Sri Mulatsih, "Analisis Daya Saing Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Ban Indonesia Ke Kawasan Amerika Latin". *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, Vol 6 No.1, Juli 2017.
- Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Muhammad Luqman Zakariya dkk, "pengaruh produksi, harga, dan nilai tukar terhadap volume ekspor Studi pada Volume Ekspor Biji Kakao Indonesia Periode Januari 2010-Desember 2015". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 40 No.2 November 2016.

- Muhammad Turmudi, "Produksi dalam perspektif ekonomi Islam". *Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 18 No. 1 Maret 2017.
- Nita Anggraeni, "Dumping Dalam Perspektif Hukum Dagang Internasional dan Hukum Islam". *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, Vol. 14 No. 2 Desember 2015.
- Parell Tua Halomoan Simanjuntak dkk, "Pengaruh Produksi, Harga Internasional Dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Volume Ekspor Rumput Laut Indonesia Studi Pada Tahun 2009 – 2014". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50 No. 3 September 2017.
- Pradipta A, Posisi Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ekspor Buah-Buahan Indonesia di Dunia dan Negara Tujuan Bogor : Institut Pertanian Bogor, 2014.
- Ribka BR Silitonga dkk, "Pengaruh ekspor, impor, dan inflasi terhadap nilai tukar rupiah di Indonesia". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 15 No.1, Juni 2017.
- Ricky Rinaldi, "Analisis Daya Saing Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Aliran Perdagangan Komoditi Unggulan Ekspor Indonesia Ke Afrika Selatan", Tesis Program Ilmu Ekonomi Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2014.
- Rizki Tri Anugrah Bhakti, "Perlindungan Hukum Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha Kppu Dari Praktek Dumping Akibat Perdagangan Internasional. *Jurnal Cahaya Keadilan*, Vol. 6. No. 1 Juni 2015.
- Saleh Motana Obadi, "Revealed Comparative Advantage and Competitiveness In the EU-28 and the USA". *Economic Review*, Vol. 45 No. 2 2016.
- Saptana dkk, "Analisis Keunggulan Komparatif Dan Kompetitif Komoditas Kentang Dan Kubis Di Wonosobo Jawa Tengah". *Jurnal Ilmu Sosial*, Vol. 13 No.1, Oktober 2013.
- Sulthon Sjahril Sabaruddin, "Dampak Perdagangan Internasional Indonesia terhadap Kesejahteraan Masyarakat". *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Vol 17 No. 4 April 2015.
- Supriani Sidabalok, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Komoditas Teh Indonesia". *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, Vol. 2 No. 2 2017.
- Ulul Azmi Mustofa, "Pekerja Yang Handal Menurut Al-Qur'an". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 01 No. 03, November 2015.

Vinny Azaria, Adi Irawan, "Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Rupiah, dan Harga terhadap Volume Ekspor Indonesia Komoditas Kelautan dan Perikanan Menurut Provinsi Periode 2012 – 2014". *Journal Of Applied Managerial Accounting*, Vol. 3 No. 1 Maret 2019.

Yunika, "Daya Saing Ekspor Industri Alas Kaki Antara Indonesia Dan China Di Pasar Amerika Serikat Tahun 2011-2014". *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 4 No. 2 Oktober 2017.

Sumber on-line.

Annisa Sulistyo Rini, "Relokasi Pabrik, Produk Alas Kaki Makin Berdaya Saing". (On-line), tersedia di: <https://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/20190519/257/924459/relokasi-pabrik-produk-alas-kaki-makin-berdaya-saing>, (22 Juni 2020).

CNBC Indonesia, "Ekspor Sepatu Semakin Buntu". (On-line), tersedia di: <https://youtu.be/yS4VDL89-w>, (13 Januari 2020).

Dewan Syariah Nasional, "Fatwa Dewan Syariah Nasional No.28/DSN-MUI/III/2002 Tentang Jual Beli Mata Uang". (On-line), tersedia di: <https://www.sketsaonline.com/fatwa-dsn-mui-tentang-jual-beli-mata-uang-al-sharf-2/>, (7 Juni 2020).

"Ekspor Alas Kaki". (On-line), tersedia di: <https://m.bisnis.com/ekonomi-bisnis/read/20190312/257/898620/faktor-penyebab-as-pasar-ekspor-utama-alas-kaki-indonesia> (19 Maret 2020).

Fetry Wuryasti, "BI dorong importir gunakan *swap* dan *forward* dibanding *spot*". (On-line), tersedia di: <https://m.mediaindonesia.com/read/detail/176211-bi-dorong-importir-gunakan-swap-dan-forward-dibanding-spot>, (24 Juni 2020).

Nisrina Mustika, "Definisi Produk Domestik Bruto atau *Gross Domestic Product*". (on – line) tersedia di: <https://www.google.com/amp/s/www.finansialku.com/produk-domestik-bruto-/>, (10 agustus 2020).

Wikipedia, "Amerika Serikat". (On-line), tersedia di: https://id.wikipedia.org/wiki/Amerika_Serikat, (13 Januari 2020).

c. Pengaruh Harga terhadap Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Amerika Serikat

Penelitian yang dilakukan oleh Dinan Arya Putra yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor tembakau Indonesia ke Jerman memperoleh hasil bahwa harga tembakau dunia dalam jangka pendek dan jangka panjang berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan ekspor tembakau Indonesia.¹³³ Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Parell Tua Halomoan Simanjuntak dkk dengan judul pengaruh produksi, harga internasional, dan nilai tukar rupiah terhadap ekspor rumput laut Indonesia yaitu harga rumput laut internasional berpengaruh negatif terhadap volume ekspor Indonesia.¹³⁴

Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut.

H_{a3} : Harga berpengaruh terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat.

H_{o3} : Harga tidak berpengaruh terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat.

¹³³ Dinan Arya Putra, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Tembakau Indonesia ke Jerman. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 2 No. 3 (Agustus 2013), h. 43.

¹³⁴ Parell Tua Halomoan Simanjuntak dkk, "Pengaruh Produksi, Harga Internasional dan Nilai Tukar Rupiah terhadap Volume Ekspor Rumput Laut Indonesia (Studi Pada Tahun 2009-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50 No. 3 (September 2017), h. 163.

d. Pengaruh Produksi terhadap Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Amerika Serikat

Penelitian yang dilakukan oleh Parell Tua Halomoan Simanjuntak dkk dengan judul pengaruh produksi, harga internasional, dan nilai tukar rupiah terhadap ekspor rumput laut Indonesia, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Produksi Rumput Laut Indonesia berpengaruh positif terhadap Volume Ekspor Rumput Laut Indonesia tahun 2009 – 2014.¹³⁵ Namun penelitian yang dilakukan oleh M. Luqman Zakariya dkk dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh produksi, harga, dan nilai tukar terhadap volume ekspor mengemukakan hasil bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan variabel produksi terhadap variabel ekspor.¹³⁶ Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut.

Ha₄ : Produksi berpengaruh terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat.

Ho₄ : Produksi tidak berpengaruh terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat.

¹³⁵ Parell Tua Halomoan Simanjuntak dkk, "Pengaruh Produksi, Harga Internasional dan Nilai Tukar Rupiah terhadap Volume Ekspor Rumput Laut Indonesia...", h. 170.

¹³⁶ M Luqman Zakariya dkk, "Pengaruh Produksi, Harga, dan Nilai Tukar terhadap Volume Ekspor...", h. 139.